



Tempos, espaços e atores do jornalismo musical em Portugal: Os casos ‘Mundo da Canção’ e ‘Scratch Magazine’

Irene Leite

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Orientadora: Professora Doutora Paula Guerra (FLUP)

Coorientador: Professor Doutor Pedro Tavares (FLUP)

Junho de 2017

© Irene Leite, 2017

**Tempos, espaços e atores do jornalismo musical em Portugal:
Os casos ‘Mundo da Canção’ e ‘Scratch Magazine’**

Irene Leite

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Aprovado em provas públicas pelo Júri:

Presidente: Professor Doutor Bruno Giesteira (FBAUP)

Vogal Externo: Professor Doutor Fernando Zamith (FLUP)

Orientador: Professora Doutora Paula Guerra (FLUP)

Resumo

O jornalismo musical em Portugal é contemporâneo da abertura do país ao exterior efetivada no âmbito da Primavera Marcelista. Assim, a par de outras manifestações culturais, artísticas, musicais e profissionais, decorre da tardia implantação da indústria musical massiva à escala portuguesa. É nesta diacronia que vamos explicar e compreender as suas dinâmicas de funcionamento, atores e estratégias de afirmação até à contemporaneidade. Assim, a revista *Mundo da Canção* – surgida em 1969 – é bem emblemática da emergência desta alteração. Depois, com o *boom do rock português*, em plena década de 1980, destacaram-se um conjunto de publicações que abordavam a cultura efervescente da canção, do *rock'n'roll* e do *pop rock* em geral. São exemplos o jornal *se7e*, o *Blitz* ou a revista *Musica & Som*. Depois desta “febre”, muitas publicações dissiparam-se na década de 1990. Com o *boom* da web 2.0, nasceram um conjunto de cibermeios a divulgar o que de mais recente a cultura musical alternativa proporciona. Assim, propomos uma abordagem diacrónica da emergência, consolidação e pulverização do jornalismo musical português, considerando que este acompanha o próprio *devoir* da indústria musical e seus eixos de afirmação. Norteiam-nos algumas interrogações: Como evoluiu o jornalismo musical em Portugal, tendo em conta as duas publicações (*Mundo da Canção* e *Scratch Magazine*)? Existe espaço para a investigação e o espírito crítico? Trata-se de uma evolução na continuidade? Ou o jornalismo de agenda no ambiente 2.0 vence? Através de um dispositivo metodológico focado na abordagem de dois estudos de caso alargados (*Mundo da Canção* e *Scratch Magazine*), propomos um *mix* de técnicas de recolha e tratamento de dados capaz de dar conta das dinâmicas evolutivas e caracterizadoras do jornalismo musical desde finais dos anos 1960 até à atualidade.

Palavras-chave: jornalismo musical, Web 2.0, indústria musical, cenas musicais, processos de legitimação musical.

Abstract

The musical journalism in Portugal is contemporary of the opening of the country to the outside realized within the ambit of the “Primavera Marcelista”. Thus, along with other cultural, artistic, musical and professional manifestations, it stems from the late implantation of a Portuguese-scale music industry. It is in this diachrony that we will explain and understand the dynamics of functioning, actors and strategies of affirmation of musical journalism up to the present time. Thus, the magazine ‘World of Song’ [Mundo da Canção] - emerged in 1969 - is very emblematic of the emergence of this change. Then, with the Portuguese rock boom, in the mid-1980s, a group of publications focused on the effervescent culture of song, rock'n'roll and pop rock in general. Examples are the *se7e*, the *Blitz* or the ‘Music & Sound’ [Musica & Som] magazines. After this ‘fever’ many publications dissipated in the 1990s. With the web 2.0 boom, a group of cybermids was born to spread what the latest alternative music culture provides. Thus, we propose a diachronic approach to the emergence, consolidation and pulverization of Portuguese musical journalism, considering that it accompanies the very turn of the music industry and its strategies of affirmation. We were asked some questions: How did musical journalism evolve in Portugal, taking into account the two publications (Mundo da Canção and Scratch Magazine)? Is there room for research and critical thinking? Evolution in continuity? Or does calendar journalism in the 2.0 environment win? Through a methodological device focused on the approach of two broad case studies (World of Song and Scratch Magazine), we propose a mix of data collection and processing techniques capable of accounting for the evolutionary and characterizing dynamics of musical journalism since the end of the years 1960 to the present.

Key words: musical journalism, Web 2.0, musical industry, musical scenes, processes of musical legitimation.

Agradecimentos

Aos meus orientadores, Professora Doutora Paula Guerra e Professor Doutor Pedro Tavares, agradeço profundamente pelo incansável apoio e estímulo

Ao meu companheiro, Vítor Costa, o meu muito obrigada pelo amor e dedicação

Ao meu amigo, Ricardo Costa, agradeço o apoio na revisão ortográfica e estímulo ao longo deste ano.

À minha amiga Teresa Sousa, agradeço pelo apoio e conselhos.

À minha mãe, um obrigado muito especial por nunca ter abandonado o apoio deste projeto

A todos os meus companheiros do Som à Letra/Scratch Magazine, gratulo por nunca terem deixado de acreditar em mim.

O Sucesso é ir de fracasso em fracasso sem perder o entusiasmo. Winston Churchill

O extremismo na arte é o corolário da tecnologia artística, e, por isso, é mais do que uma expressão de atitude rebelde. Frank Zappa

Nothing is impossible; the word itself says 'I'm possible'! Audrey Hepburn

Fizemos história e a culpa é da música. António Jorge (radialista e cronista na Scratch Magazine)

Índice

1. Introdução	1
1.1 - Motivação.....	2
1.2 - Problemas, Hipóteses e Objectivos de Investigação.....	2
1.3 - Metodologia de Investigação.....	3
1.4 - Estrutura da Dissertação.....	3
2 - Estado da Arte.....	5
2.1 - Introdução.....	5
2.2 - A musica popular na esfera pública.....	7
2.3 - O Jornalismo Musical e a Indústria discográfica.....	9
2.4 - Jornalismo Digital no plano Internacional.....	10
2.5 - Jornalismo cultural em Portugal: do papel ciber.....	11
3 - Os casos de estudo.....	15
3.1 - Mundo da Canção : O contexto.....	15
3.2 - O papel do facebook na solidificação da marca Som à Letra.....	24
3.3 - Algumas considerações.....	39
3.4 - A análise de conteúdo.....	43
4 - Media digitais e modelos de negócio: o dilema.....	61
Conclusão	69
Referências	71
Anexos	74

Lista de Figuras

Ilustração 1 -Cronograma.....	2
Ilustração 2-A revista Mundo da Canção.....	15
Ilustração 3-A Scratch Magazine.....	18
Ilustração 4-O site da <i>Scratch Magazine</i> (www.scratchmag.org).....	19
Ilustração 5-O primeiro <i>website</i> do Som à Letra, idealizado pelo designer Diogo Machado	21
Ilustração 6-As emissões preparadas em parceria com os leitores.....	23
Ilustração 7- Um media em construção com os leitores	24
Ilustração 8- Estatística de post views na página do facebook desde novembro de 2010 ...	25
Ilustração 9-O Primeiro logótipo	26
Ilustração 10-O segundo logótipo, ainda com a clave do sol.....	26
Ilustração 11- Um logótipo tipográfico, desenvolvido por Joana Quintela	26
Ilustração 12-Terceiro e definitivo logótipo	27
Ilustração 13- Inicialmente, o endereço do <i>Som à Letra</i> era um blogue, muito pobre em design, mas que foi evoluindo paulatinamente	27
Ilustração 14- O segundo blogue e “casa” do <i>Som à Letra</i>	27
Ilustração 15- Em 2013 foi movido todo o arquivo para esta plataforma wordpress, desenvolvendo futuramente o design casa vez mais simples e direto	27
Ilustração 16- O primeiro website da Som FM.....	28
Ilustração 17 Publicidade à Som FM	28
Ilustração 18- Logótipo desenvolvido por Irene Leite.....	30
Ilustração 19- Logótipo do Som Cívico desenvolvido por Irene Leite	30
Ilustração 20- Logótipo da associação IncluSom.....	33
Ilustração 21-Panfleto do evento planeado em Dezembro de 2013, que acabou por não se realizar. Mas foi um primeiro esforço.....	36
Ilustração 22- Certificado de participação no concurso Acredita Portugal.....	37
Ilustração 23- Os <i>quizzes</i>	38
Ilustração 24- <i>Nocturnal Dust Productions</i> (parceria)	38
Ilustração 25- A edição digital do Som à Letra.....	39
Ilustração 26-Logotipo desenvolvido por Irene Leite.....	39
Ilustração 27-Panfleto da Scratch Magazine.....	40
Ilustração 28- Panfleto da festa dos 6 anos da Scratch Magazine.....	41
Ilustração 29- Panfleto da festa dos 7 anos da Scratch Magazine.....	42
Ilustração 30-Panfleto do programa “Subúrbio” na AVFM.....	42

Ilustração 31- Análise do Ano I _SM e MC (entrevistas).....	116
Ilustração 32-Análise do Ano I SM e MC (críticas concertos).....	117
Ilustração 33- As crónicas do MC e SM Ano I.....	120
Ilustração 34- Reportagens MC e SM Ano I.....	120
Ilustração 35-Críticas a álbuns Ano II SM e MC.....	121
Ilustração 36- Ano II SM e MC (crítica a concertos).....	122
Ilustração 37- Crónicas Ano II SM e MC	126
Ilustração 38-Reportagens Ano II	127
Ilustração 39- Entrevistas Ano II SM e MC.....	128

Lista de Tabelas

Tabela 1-Jornalismo de <i>hard news</i> e de música comparados por Forde (citado por Lima, 2011:18)	8
Tabela 2- A programação provisória da Som FM.....	29
Tabela 3 – Instrumentos de ação da IncluSom.....	33
Tabela 4- Crônicas Ano I SM e MC	46
Tabela 5-Reportagens Ano I SM e MC	47
Tabela 6-Críticas a Concertos Ano I SM e MC	48
Tabela 7-Entrevistas Ano I SM e MC.....	49

Índice de Gráficos

Gráfico 1-Análise das capas do Mundo da Canção	50
Gráfico 2-Comparação Quantitativa das Críticas a álbuns MC e Som à Letra Ano I.....	51
Gráfico 3-Comparação Quantitativa das Críticas a álbuns MC e Som à Letra Ano II-	52
Gráfico 4--Comparação Quantitativa das críticas a concertos MC e Som à Letra Ano I ...	53
Gráfico 5-Comparação Quantitativa das Críticas a concertos MC e Som à Letra Ano II ..	54
Gráfico 6--Comparação Quantitativa das Crónicas MC e Som à Letra Ano II	55
Gráfico 7-Comparação Quantitativa das Crónicas MC e Som à Letra Ano II.....	56
Gráfico 8-Comparação Quantitativa das entrevistas MC e Som à letra Ano I.....	57
Gráfico 9-Comparação Quantitativa das entrevistas MC e Som à Letra Ano II.....	58
Gráfico 10-Comparação Quantitativa das Reportagens MC e Som à Letra Ano I	59
Gráfico 11-Comparação Quantitativa das Reportagens MC e Som à Letra Ano II	60

Abreviaturas e Símbolos

MC	Mundo da Canção
SM	Scratch Magazine
www	World Wide Web

1. Introdução

O jornalismo musical em Portugal enferma pela quase ausência de estudos aprofundados. Cabe à presente investigação colmatar esta situação na vertente do jornalismo cultural. Já são quase 50 anos de história, inaugurados em 1969 pela revista Mundo da Canção. Avelino Tavares, da revista Mundo da Canção, em conversa com a “Scratch Magazine” referiu mesmo que “o jornalismo musical era o parente pobre do jornalismo cultural¹”. De facto, ao mencionar a história do jornalismo musical em Portugal, denota-se que há um considerável número de publicações musicais, caracterizadas, contudo, por um carácter marcadamente efémero e enquadradas maioritariamente num período específico (Guerra, 2010 e 2015): os anos 80 e o *boom* do rock português. São desta fase exemplo publicações como o jornal *se7e*, Música & Som, Musicalíssimo ou o *avant gard Rock Week*, este último já em finais da década de 80 (1988).

No entanto, Nunes refere que podemos falar de um jornalismo pop rock em Portugal a partir da primeira publicação musical, em 1969, da revista Mundo da Canção, lançada em plena Primavera Marcelista. “A afirmação de um jornalismo musical centrado no *pop rock* tem a sua génese em finais da década de 60 e conhece três fases, que embora não sendo completamente distintas, se podem diferenciar por alguns critérios (conteúdos, linha editorial, circulação e organização profissional)” (Nunes, 2009:1694). Sucintamente a primeira fase é marcada pelo nascimento da pioneira publicação *Mundo da Canção*. A “canção diferente” a que se refere Avelino Tavares, responsável até aos dias de hoje pela marca. A segunda etapa, “começa na segunda fase da década de 70, com o aparecimento de revistas especializadas, sobretudo no género pop/rock (*Musicalíssimo*, *Musica & Som*) financeiramente sustentáveis por grupos empresariais e que tem na fundação do semanário Blitz em 1984 um momento chave na sua evolução” (Nunes, 2009:1695). Já a terceira fase começa na primeira metade da década de 90 com a profissionalização do Blitz e no surgimento da imprensa generalista, de suplementos ora especializados em música ora de artes e espetáculos, onde a música pop rock assume uma importância fundamental em termos de cobertura. (Nunes:1695). Por outro lado, a internet com o seu largo espectro de alcance tem permitido o nascimento de um conjunto de publicações, não necessariamente piratas. É a *Democracia em Rede*, onde publicações como a Scratch Magazine (www.scratchmag.org) convivem pacificamente entre si.

¹ À conversa comAvelino Tavares (Mundo da canção)

<https://scratchmag.org/2016/10/13/a-conversa-com-avelino-tavares-mundo-da-cancao/>, in *Scratch Magazine*, 2015.

1.1 Motivação

A autora da presente investigação desenvolveu desde Setembro de 2009 o protótipo de um media digital. Inicialmente intitulado “Som à Letra” foi sendo desenvolvido ao longo dos anos seguintes até aos dias de hoje. Torna-se portanto sistematizar todo o processo de desenvolvimento do projeto até à sua formalização junto da ERC e consequente mudança de marca.

Seção 1 - Revisão da literatura	21-01-2017	03-02-2017	36%	11d
Seção 2-Recolha de revistas/artigos	05-02-2017	08-02-2017		4d
Seção 3-Realização de entrevistas semi-estruturadas a importantes atores do jornalismo musical	09-02-2017	23-02-2017		11d
Secção 4-Análise de conteúdo	24-03-2017	28-04-2017		26d
Secção 5-Redacção da tese	01-05-2017	02-06-2017		25d

Ao longo dos meses seguintes foi feita uma revisão da literatura, cruzando todos os dados e tornando o estudo eclético nas ideias a sistematizar indo de encontro a uma motivação pessoal e profissional condensada no “amor pela música” traduzidos nos epítomes que abrem esta Dissertação. Sistematizamos a reunião do arquivo dos primeiros dois anos da *Scratch Magazine*.

Ilustração 1 -Cronograma

As revistas *Mundo da Canção* também foram adquiridas e analisadas. A partir de fevereiro do corrente ano, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas a importantes atores do jornalismo musical em Portugal, pretendendo abrir um caminho para a reflexão.

1.2 Problemas, Hipóteses e Objetivos de Investigação

A presente investigação tem como objetivo central analisar a evolução do jornalismo musical em Portugal tendo em conta as duas publicações em análise (*Mundo da Canção* e *Scratch Magazine*) considerando a própria sócio-história da sociedade portuguesa contemporânea e a consequente implantação da indústria musical e sua consolidação. De acrescentar que também tencionamos avaliar a importância das duas publicações – estudos de caso – no tocante à afirmação de uma área de legitimação crítica e de canonização do mundo do pop rock em geral e das criações musicais independentes em particular em torno dos seguintes eixos hipotéticos.

Existe uma tendência de notória fragilidade no jornalismo musical português decorrente da própria incipiência da indústria musical portuguesa.

O espaço de afirmação das publicações jornalísticas de pendor mais alternativo é mais elevado no momento presente, dados os recursos e meios digitais que opera.

A perspetiva de independência na abordagem e canonização musical é materializada de forma mais intensa no maior espírito crítico dos *legacy papers* do que nos *nativos digitais*.

A crescente proliferação de notícias baseada no crescimento desmesurado da sociedade da informação ocasiona uma banalização dos conteúdos e consequentemente fragmenta e esvazia o papel do jornalista musical como cerne de tendências, de gostos, de cânones e de valores.

1.3 Metodologia de Investigação

A metodologia adotada no presente estudo tem como base o que foi levado a cabo no âmbito de tratamento de dados no estudo, "O jornalismo Especializado em Música Extrema em Portugal-revistas e fanzines" (Lima, 2011). Tanto o *Mundo da Canção* como a *Scratch Magazine* serão analisados primeiramente em função da estrutura das publicações, conteúdos e processo do trabalho. Foi também efetuada uma análise de conteúdo quantitativa, em termos de estrutura de conteúdos e destaques de primeira página. Para além de entrevistas, críticas de álbuns e crítica de concertos. Segundo Quivy e Campenhoudt (citados por Lima: 2011:48) a análise quantitativa consiste na..."frequência do aparecimento de certas características do conteúdo ou da correlação entre elas". Serão analisados os Anos I e II das publicações.

Existe também a aposta nas entrevistas semi-estruturadas, de carácter exploratório. Segundo Quivy e Campenhoudt (2011:48) as entrevistas "têm como função principal revelar determinados aspetos do fenómeno estudado em que o investigador não tira espontaneamente pensado por si mesmo, assim completar as pistas de trabalho sugeridas pelas suas leituras". A combinação de entrevistas exploratórias e semi-estruturadas permite, tal como refere Lima (2011), aliar a exploração inicial do tópico a uma abordagem qualitativa, de forma a aprofundá-lo e consolidá-lo.

1.4 Estrutura da Dissertação

Para além da introdução, esta dissertação contém mais dois capítulos, depois de uma abordagem preliminar ao tema central da tese, aliando importantes factores como a motivação, o cronograma de atividades ou as hipóteses de investigação. O **capítulo 2** refere-se à revisão da literatura, onde se sistematizam as três primeiras fases do jornalismo musical em Portugal. Outros importantes tópicos são abordados como a música popular na esfera pública, ou o jornalismo musical e a indústria discográfica.

No **capítulo 3** são apresentados os casos de estudo (*Mundo da Canção e Scratch Magazine*). Aqui reflectimos sobre o contexto do lançamento das publicações, a sua estrutura, periodicidade e uma análise de conteúdo das mesmas com reforço através de entrevistas exploratórias e semi-estruturadas. Posteriormente são apresentadas as conclusões do estudo, bem como as referências bibliográficas e anexos.

2. Estado da Arte

2.1 Introdução

O jornalismo de artes engloba distintas vertentes, desde a música à literatura, passando pelo cinema e teatro. Assim sendo, o jornalismo de artes, num contexto de Imprensa generalista, constitui um segmento ele próprio segmentado. (Lima, 2011: 16). Poucos estudos académicos foram produzidos acerca do jornalismo musical em Portugal, o que pode ser atribuído a três fatores de acordo com Pedro Nunes (2004): a invisibilidade, pois os estudos baseiam-se sobretudo em etnomusicologia; as características do mercado periférico português em termos de indústria global da música comparativamente por exemplo ao Reino Unido. (citado por Lima, 2011: 19).

Forde (2004) considera que os jornalistas de música são “jornalistas diferentes”, devendo ser considerados como “caso único”. Forde salienta a relevância de compreender a estrutura organizacional e financeira em que se inserem as revistas de música (citado por Lima, 2011: 16). A afirmação de um jornalismo musical centrado no pop/rock tem a sua génese em finais dos anos 60 e conhece três fases que, embora não sendo completamente distintas, se podem diferenciar por alguns critérios (conteúdos, linha editorial, circulação e organização profissional). (Nunes, 2004: 62-63).

A primeira fase:

"Uma primeira fase que se inicia em finais da década de 60 com o surgimento da primeira publicação especializada na música popular, a revista *Mundo da Canção*." (Nunes, 2004: 78-86). Trata-se de um período **ainda embrionário** da escrita jornalística sobre pop/rock em Portugal. Na revista *Mundo da Canção* (1969-1985) e no jornal *A Memória do Elefante* (1971-1974) publicam-se os primeiros textos sobre o género.

“A Memória do Elefante é excelente. Acho que foi uma publicação especial. Como sabe, foi publicado no Porto. Mas acabou por chegar a Lisboa pois houve alguma gente em Lisboa que se interessou pelo fenómeno. Porque naquela época era uma manifestação, aquilo a que se chamava "Contracultura". Foi um fenómeno que existiu com o Maio de 68 em França. E, por outro lado, levava muito em conta teorias filosóficas e até políticas em alguns casos”. (Nunes, David:2017).

No entanto, segundo Pedro Nunes (2009), sobretudo no *Mundo da Canção* o pop rock é

secundário em relação à música portuguesa, sobretudo a nova música portuguesa dos cantores de protesto. Para agravar, a circulação da revista é muito condicionada temporal e espacialmente, quer pelo poder político da altura, quer pela escassez de recursos para a sua distribuição. Surge também neste período o jornal quinzenal *Disco, Música e Moda* e o suplemento *Top Ten* do Diário Popular.

A segunda fase:

"Uma segunda fase, que começa na segunda metade da década de 70, com o aparecimento de revistas especializadas, sobretudo no género pop rock (*Musicalíssimo* e *Música & Som*) financeiramente sustentáveis por grupos empresariais e que tem na fundação do Semanário *Blitz* em 1984 um momento chave na sua evolução". (Nunes, 2004: 62-63).

"A *Música & Som* começou entre 1975, 1976. Com aquele formato inicial ainda durou uns 10 anos. Depois alargou para um formato que abarcava o video. Depois evoluiu para video, Musica e Som. A partir daí já não estava tão relacionado com a publicação".(Nunes, David: 2017)

"A *Música & Som* nasceu, basicamente e acima de tudo, pela iniciativa de uma pessoa, o Artur Duarte Ramos, que foi o proprietário da *Música & Som* e que antes tinha estado numa outra revista pequenina de bolso que existiu e que se chamava Telesemana. A Telesemana foi dirigida durante muitos anos pelo Pedro Rolo Duarte. Uma pequena revista onde apareciam várias coisas ligadas à música. O Artur Duarte Ramos tinha um interesse especial pela história da música, teve uma conversa com meia dúzia de pessoas a propósito do projeto da *Música & Som*. Hoje em dia é sempre engraçado rever artigos e reportagens que lá foram publicados e que de alguma maneira são o espelho daquela época. Eu posso recordar, entre as pessoas que trabalharam lá: Jaime Fernandes, que também era meu colega na rádio e Bernardo Brito e Cunha que é um jornalista que atravessa de forma transversal várias publicações. Esse é que é verdadeiramente um jornalista musical. Estava lá muita gente com experiência de rádio, o António Sérgio, por exemplo que também acabou por entrar para a *Música & Som*. O João Menezes Ferreira que fazia um programa comigo na Comercial a determinada altura que se chamava a 'Idade do Rock' e fazia de meu parceiro na análise de álbuns. O David Ferreira também passou por lá, que me lembre. Foi uma escola para grandes profissionais. (Ibidem)

Como refere Pedro Nunes: "Com o surgimento do jornal (mais tarde revista) *Musicalíssimo* (1978-1982) e da revista *Música & Som* (1977-1989), ao qual devemos juntar no mesmo período, a fundação do semanário de espectáculos, o *Se7e* (1977-1995), o jornalismo centrado

no pop-rock adquire uma visibilidade regular no espaço jornalístico Português. Esta será a segunda fase do jornalismo pop-rock. O suporte financeiro é maior do que em tentativas anteriores, o que permite que estas publicações tenham uma boa tiragem e circulação, e subsistam por mais do que um par de anos. Dentro desta fase, a fundação do *Blitz* (1984-) é um momento-chave, dado tratar-se do primeiro e único semanário especializado em música, sendo também a publicação mais bem-sucedida dentro do género. É nesta fase que se destaca uma geração de jornalistas e críticos que se dedicam à escrita sobre o pop-rock. É o caso de Luís Maio, João Lisboa, Ricardo Saló, Rui Monteiro, António Pires e Miguel Esteves Cardoso, entre outros" (Nunes, 2004: 78-86).

Terceira fase:

"A terceira fase é marcada, por um lado, pela profissionalização dos quadros do *Blitz* em 1992, que acompanha a sua aquisição por um grupo mediático (Impresa). Por outro, pela presença dos suplementos de música e de artes e espectáculos onde a música popular assume sempre grande destaque na linha editorial. É o caso dos suplementos *Pop/Rock* (1990-1997) e *Sons* (1997-2000) ambos do diário *Público* e do *DN+* (1998-) do *Diário de Notícias*. Com estas transformações, o jornalismo pop-rock ganha maior visibilidade na imprensa, ao mesmo tempo que a sua integração numa lógica de mercado traz algumas alterações no estilo e na definição de uma linha editorial. A esta fase também corresponde a afirmação de uma nova geração de jornalistas e críticos, embora a anterior se mantenha no activo. Dela fazem parte, entre outros, Nuno Galopim, Miguel Francisco Cadete, Fernando Magalhães (já falecido) e Vítor Belanciano". (Nunes, 2004: 78-86).

Torna-se importante reiterar os suplementos que abordam música, como o caso do *Y* (*Público*), *DN+* (*Diário de Notícias*). Segundo Nunes (citado por Lima, 2011: 20) ganharam peso à falta de competitividade do mercado, constituindo um instrumento decisivo na manutenção da cultura da leitura sobre a música popular. Conseguiram recrutar alguns dos jornalistas mais reconhecidos da área, principalmente do *Blitz*, e alargaram o campo do interesse do público ao inserirem a cobertura e crítica de música popular na imprensa generalista. Ainda segundo Nunes (citado por Lima, 2011: 21), o jornalismo musical português evoluiu durante os últimos 20 anos, de uma espécie de "jornalismo militante" ideológico para um jornalismo mais em linha com a noção de guia de consumo, ou seja, passou-se de um jornalismo "formativo", educativo do cidadão, para um jornalismo "prestador de serviço", guia ao cidadão.

2.2. A música popular na esfera pública

A música popular apresenta dificuldades a ser debatida no espaço público. "Para além de que "a música popular pode ter um sentido político (Nunes, 2004:17). Prova dessa afirmação

está na “importância que a música popular teve nos movimentos contra-cultura como, o movimento de plenos direitos, o movimento contra a guerra [do Vietname] que emergiram precisamente dos festivais de rock, mais notavelmente no Woodstock e Isle of Wight”. (Nunes, 2004:17,18)

O jornalismo musical em Portugal opera, por sua vez, numa escala decisivamente mais pequena.

Este é melhor descrito numa dimensão cultural do que no campo específico do jornalismo.

Apesar destas limitações, o jornalismo de música popular tem a sua própria história e importância no contexto da pequena escala do jornalismo musical português. (Nunes, 2004:103).

A séria cobertura da música popular acontece unicamente no único título português especializado (Blitz) e também nos suplementos dos jornais generalistas. (Nunes, 2004:104)

Tabela 1-Jornalismo de *hard news* e de música comparados por Forde (citado por Lima, 2011:18)

Jornalismo de Hard News	Jornalismo de Música
Requer qualificação profissional reconhecida	Não requer formação jornalística formal, exceto no caso de editores de notícias. Editores consideram a formação jornalística formal um obstáculo
Lida sobretudo com a análise de informação factual	Lida sobretudo com interpretação textual
Ênfase da objetividade	Ênfase na subjetividade
Direccionado para a informação	Direccionado para o produto
Descritivo	Avaliativo
Repórteres	Críticos
Percurso profissional de longo termo	Percurso profissional de curto termo, levando à mudança de colaboradores
Nível elevado de estabilidade profissional	Nível elevado de instabilidade profissional
Vida profissional e social tendem a ser separadas	Vida profissional e social inseparáveis
Leitura demográfica abrangente	Leitura demográfica baseada em nichos
Leitores tendem a ser “leitores para a vida”	Leitores tendem a permanecer com o título por um período finito de tempo, determinado pela idade
Tópicos poli-temáticos e de longa cobertura	Tópicos mono-temáticos e de estreita cobertura
A idade não representa necessariamente um factor-chave para assegurar a proximidade cultural com os leitores	A idade representa um fator chave para assegurar proximidade cultural com os leitores
Não escrevem necessariamente para os “leitores ideais” dos títulos	Escrevem para os “leitores ideais” dos títulos
Trabalham para uma única publicação	Tendem a trabalhar para revistas que são parte de títulos mais abrangentes
Podem trabalhar para vários títulos (por vezes)	Não podem, na generalidade trabalhar para

rivals)	títulos/editores rivais
Relativa estabilidade demográfica dos leitores desejados	Revisão demográfica contínua de leitores desejados
Distância profissional da maioria das fontes e temas vistos como essenciais para o seu trabalho	Falta de distância profissional das fontes e temas vistos como essenciais para o seu trabalho

2.3. O Jornalismo Musical e a Indústria discográfica

Segundo Nunes (2009:1696), no que concerne à indústria musical, o "jornalismo musical surge numa posição duplamente ambivalente".

"Por um lado, os jornalistas dentro da sua esfera profissional estão numa posição de dependência: em relação às editoras, que lhes permitem ou facilitam o acesso às fontes de informação (artistas, discos, concertos); e em relação aos leitores que asseguram as vendas da publicação. Por outro lado, os jornalistas pela sua posição enquanto mediadores/produtores culturais, têm que articular essa tensão quando escrevem sobre música, gerindo da melhor forma a relação entre a sua dimensão comercial e artística. À margem da sua relação com a indústria musical, o jornalista pertence em outra instância a outra indústria - a imprensa - e a uma organização profissional-a publicação para a qual escreve.

Segundo Negus (citado por Nunes, 2009:1698)

"À semelhança do que sucede com o *staff* da promoção, o promotor da imprensa tenta sensibilizar uma comunidade de jornalistas para um artista ou evento. Quando o produto artístico está pronto para ser lançado no mercado, o promotor de imprensa já saberá quem gosta de determinado artista e quem poderá escrever a crítica ou a peça mais interessante e influente". Esta relação de dependência também pode ser vista pela importância de publicidade no jornalismo musical.

De facto, Nunes (2009:1699) refere que a publicidade assegura a viabilidade financeira da publicação, ao mesmo tempo que contribui para "segurar" determinada fatia de público. Neste sentido, as publicações sobre música tornaram-se em guias de consumo e de estilos de vida.

A relação entre publicidade e crítica jornalística é assim muito complexa.

Certos autores propõem uma visão mais próxima da sociologia do gosto proposta por Bourdieu (1984), o que faz com que o crítico de música atue enquanto gatekeeper do (bom) gosto.

Tal ideia vai de encontro às ideias veiculadas por Harley e Botsman, ou Frith:

A função do jornalismo musical não residirá tanto na prestação de um serviço ao consumidor de música, nem no facto de ele tornar a música popular inteligível para o público, mas na criação de uma comunidade seletiva e conhecedora.

A crítica musical, aponta Nunes, (2009:1700) selecciona ao mesmo tempo que informa o seu público.

Segundo Shuker, os críticos de música constroem a sua versão da divisão entre cultura elevada e cultura baixa, regra geral, através de integridade artística, autenticidade e da natureza comercial da música.

2.4. Jornalismo digital no plano internacional

O jornalismo nas redes digitais e especificamente na internet é um fenómeno relativamente recente, que se disseminou aproximadamente em 1994 em paralelo com a World Wide Web. O estudo deste fenómeno comunicativo começou simultaneamente em diversos países.

Tal situação foi ‘ajudada’ pelas novas possibilidades de comunicação entre académicos -email ou world wide web foram e são uma das mais usadas ferramentas da comunidade académica.

O alcance destas novas formas de comunicação global ajudou a elevar a atenção de grupos de pesquisa, tornando possível solidificar a rede de contactos. (Palacios, Noci, 2011:11)

Em Janeiro de 1994 constava na *web* o primeiro exemplar digital do Palo Alto Weekly, nos EUA. “Uma publicação que ficou na história do ciberjornalismo por ter sido o primeiro *media* escrito a ser publicado de maneira regular na *web*”. (Bastos, 2011:153). Nos EUA, neste período, investiu-se em massa nos recursos humanos, financeiros e recursos simbólicos, nos “seus empreendimentos não impressos, com uma intensidade que a indústria nunca tinha visto antes”. (Boczkowski citado por Bastos, 2011:154). Valcarce e Marcos (2004) distinguem várias etapas por ordem cronológica na evolução da imprensa digital. Na primeira fase, entre 1985 e 1992, desenvolvem-se as primeiras experiências eletrónicas em diferentes suportes (teletexto, fax, videotexto, protótipos difundidos através de fibra ótica). A esta fase os autores denominam *geração zero*. Entre 1992 e 1994 registam-se as primeiras incursões da imprensa em redes comerciais pagas, como a *American Online* (AOL), com a transposição das edições tradicionais marcadas por uma grande carência dos elementos gráficos. A terceira fase, a partir de 1995 é marcada pela eclosão da *web* e a generalização dos diários *online* gratuitos. A princípio reproduzem quase na íntegra as versões de papel, mas depois foram desenvolvendo novos formatos e conteúdos próprios. Seguiu-se uma fase caracterizada por um jornalismo contínuo, em permanente atualização. Os *media* digitais começaram a tornar-se mais parecidos com portais, incorporando na sua oferta novos serviços. Por fim, a partir de 2002, estalou a onda de conteúdos ou serviços pagos: a informação, sobretudo a especializada, começava a deixar de ser grátis. (citado por Bastos, 2011:155).

Desde 1994 até à atualidade o ciberjornalismo cultural a nível mundial tem evoluído de forma crescente. Publicações como o *New Musical Express*, *Wired* ou *Spin* apresentam

links para subscrição, fotogaleria, vídeo, estabelecendo ainda ponte entre a publicação impressa e digital.

A imprensa escrita começa a decrescer nas vendas, dando lugar a uma aposta no *online*.

“Há décadas que os jornais começaram a experienciar quebras na circulação. Os jornais diários caíram 30% na circulação em 20 anos (de 62, 3 milhões em 1990 para 43,4 milhões em 2010).”
(Graves et al 2011:8)

A difusão das notícias em dispositivos móveis como o *ipad*, já é uma realidade em publicações como a *Wired* e a *Time Inc.*

“A *Wired* vendeu 100,000 cópias através do *Ipad* em Junho de 2010, mas o número desceu para 22,000 em outubro. Em 2011 as vendas por *ipad* atingiram 30,000 por edição. A circulação mensal da *Wired* ronda 800,000 cópias, baseadas em subscrições, essencialmente. Só um pequeno número é vendido como PDF (Graves e tal, 2011:57)

O vídeo também entrou em força no vocabulário jornalístico americano.

“O vídeo tornou-se num elemento essencial da experiência digital. Segundo a Comscore, cerca de 89 milhões de pessoas nos EUA, viam pelo menos um vídeo online, ou publicidade, diariamente pelo final do ano de 2010 (Graves et al, 2011:59).

2.5. Jornalismo cultural em Portugal: do papel ao ciber

“Para Mark Poster (1995), os *media* sustentam, na sua essência, uma transformação profunda da identidade cultural, ao reconfigurarem os tradicionais mecanismos de expressão (palavras, sons e imagens), fragmentando-se esta em formas significativamente diferentes umas das outras, opostas ao conceito de identidade na modernidade” (citado por Silva, 2009:92).

O jornalismo cultural em Portugal enferma, contudo, da enorme falta de estudos e dados sobre o assunto.

Sabe-se, ainda assim, que a primeira revista de carácter cultural é a *Gazeta Literária* ou *Notícias Exactas dos principais Escritos Modernos*, editada em 1761, no Porto.

Até segunda metade do século XIX dominou a noção de cultura clássica “ligada ao erudito e às artes superiores, tendência que ainda se verifica em alguns media culturais, com a emergência da sociedade de massas, duas grandes concepções se articularam –uma emergente do pensamento marxista e outra liberal- com diferentes visões sobre a cultura de massas” (Silva, 2009: 92).

Adorno e Horkheimer criam o conceito de indústria cultural, que marca o fim da separação entre as esferas de arte superior e inferior, e os *cultural studies* que rompem com a distinção entre cultura de elite e cultura popular.

Nos séculos XIX e XX foram abundantes e efémeras as revistas de cultura e pensamento. “Durante a ditadura, publicações como o *Tempo e o Modo* ou a *Vértice*, constituíam veículos de tertúlias, cineclubes e movimentos literários que existiam à

margem da ditadura. Durante este período, a oferta baseava-se na revista *Flama* e no *Século Ilustrado*, suplemento semanal do diário *O Século*, que dava espaço à cultura e ao espectáculo”. (Silva, 2009: 94).

Com o 25 de Abril de 1974,” dá-se a explosão das manifestações culturais até aí reprimidas, naquilo que configurou o nascimento das indústrias culturais no país. Havia um teatro em cada esquina e uma corrida ávida aos cinemas, que agora passavam tudo o que até aí se via apenas lá fora².”

Nos anos pós-revolução muitos títulos desapareceram (*República, Jornal Novo, A Luta, O Tempo, O Jornal*) “observando-se uma tendência de segmentação e especialização cada vez maiores que fará com que, na década de 80, comecem a aparecer jornais e revistas especificamente dedicados à cultura³.”

Nesta altura surgem dois semanários exclusivamente dedicados à área da cultura e espetáculos: o *Se7e* e o *Blitz*, publicação que se mantém até aos dias de hoje. “Ambos iam bem para lá do jornalismo cultural, sendo responsáveis por uma vivificação da cena artística portuguesa, não só porque a acompanhavam exaustivamente como também porque criavam tendências e vanguardas, premiadas todos os anos nas sessões dos Se7es de Ouro e Prémios Blitz⁴.”

As indústrias criativas, por outro lado, geraram novas audiências, que foram apropriadas rapidamente pelos media. A informação cultural alargou-se aos jornais generalistas que criaram secções para a cultura, a partir dos anos 80.

No entanto, a hegemonia televisiva acabaria por afetar a imprensa. “De um panorama equilibrado de matutinos e vespertinos, não ficou um único vespertino (*Diário de Lisboa, Diário Popular, República ou A Capital*, entretanto várias vezes ressuscitada e defunta). Temos hoje apenas três diários de referência: *Diário de Notícias, Público e Jornal de Notícias*⁵”.

O fenómeno televisivo deu origem à multiplicação de revistas de “vida social”, que se centram na vida das “celebridades”, muitas delas desencadeadas pelas televisões e os seus *reality shows*.

O *Jornal de Letras, Artes e Ideias* resiste desde 1981, agora com uma tiragem residual e periodicidade quinzenal.

Hoje a conceção do jornalismo cultural não é unânime nos media mundiais e portugueses. Algumas publicações optam por uma vertente mais “clássica” outras, por uma vertente mais alargada aos produtos das indústrias culturais e criativas.

Para Rivera (2003) “o jornalismo cultural torna-se assim: uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com objetivos criativos, reprodutivos e informativos os terrenos das belas-artes, belas-letras, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultural e muitos outros aspetos

² Carmo, Maio, in *Evolução portuguesa do jornalismo cultural*, disponível em http://www.janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html

³ ibidem

⁴ ibidem

⁵ ibidem

que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino” (citado por Silva, 2009:94)

Por outro lado, "não se pode dizer que o jornalismo cultural ocupe um lugar importante na imprensa portuguesa, comparativamente com outros países, em particular o Brasil, a Espanha e o Reino Unido" (Silva, 2009:95).

Nos jornais diários existem suplementos dedicados às artes e à cultura, o *Público* com o Ipsilon e o caderno P2, publicando ao sábado o suplemento Fugas.

O *Diário de Notícias* apresenta diariamente as secções artes e media, o suplemento IN ao sábado e a revista *Notícias Magazine*, ao Domingo. O *Correio da Manhã* e o *Jornal de Notícias* debruçam-se sobre um jornalismo cultural popular, dedicado em grande parte às celebridades.

No que diz respeito aos semanários, o *Expresso* apresenta um suplemento, o *Atual* dedicado à cultura, e o *Sol* aposta mais numa cultura de lazer, tanto nas páginas do jornal, quer na revista Tabu. Já as newsmagazines, como a *Sábado* ou a *Visão* apostam cada vez mais na divulgação de cultura.

Segundo Dora Santos Silva, “hoje assiste-se a duas tendências do jornalismo cultural em Portugal: ao mesmo tempo que a cultura aparece normalizada subordinada à agenda de eventos e ao mercado das indústrias culturais, surgem novas instâncias de legitimação da cultura em revistas alternativas, que conseguem fidelizar públicos com propostas estimulantes e originais. São os casos da *Egoísta*, a *NEO2*, a *N & Style*, a *DIF*, a *Parq* e muito recentemente, a *Time Out*” (Silva, 2009:95)

No que ao ciber diz respeito, “a abordagem histórica dos primeiros 12 anos do ciberjornalismo em Portugal pode ser dividida globalmente em três fases: a da implementação (1995-1998), a da expansão ou *boom* (1999-2000) e a da depressão seguida da estagnação, a partir de 2001” (Bastos, 2011:158).

Segundo António Granado (2005), a RTP foi o primeiro órgão de comunicação social português a registar domínio na internet (rtp.pt) em Maio de 1993 (citado por Zamith, 2008:13). Mas, segundo Bastos (2000), só a 26 de Julho de 1995 um *media* português, o *Jornal de Notícias*, começou a transpor o conteúdo para a internet.

“Em 5 de Janeiro de 1998 o semanário *Setúbal na Rede* torna-se o primeiro jornal exclusivamente *online* em Portugal (Zamith, 2008:13). Em 2000 seguem outros títulos só *online* como o *Mais Futebol* (05 de Junho), *Portugal Diário* (14 de Julho), *Agência Financeira* (08 de Setembro) e *Dinheiro Digital* (12 de Dezembro). (ibidem).

A primeira fase traduz-se no *shovelware*: os jornais abrem os respetivos *sites* para neles reproduzirem os conteúdos produzidos para a versão de papel, as rádios transmitem na web sinal hertziano, as televisões os seus telejornais. A fase do *boom* é marcada pelo aparecimento dos primeiros jornais generalistas exclusivamente online, como o *Diário Digital* e o *Portugal Diário*. A fase da depressão é marcada pelo encerramento dos *sites*, cortes em pessoal e redução das despesas. “A *bolha digital* rebentara e o investimento publicitário decaíra. Seguir-se-ia um período de estagnação generalizado, de reduzido

investimento a todos os níveis, pontuado por alguns investimentos em contracorrente". (Bastos, 2010:159)

O ano de 2001 marca, assim, o fim do *boom* dos sites noticiosos portugueses, com o aparecimento dos primeiros sinais de recessão, devido aos baixos resultados económicos. Modelo de negócio precisa-se.

Não esquecer, contudo, que desde 2008, os *media* tradicionais já olham de outra forma para o digital. "O grupo Impresa apostou na integração multimédia dos sites do jornal Expresso e da revista *Visão*, o grupo Global Notícias/Controlinveste renovou os seus sites generalistas nacionais – *Jornal de Notícias*, *TSF* e *Diário de Notícias* – e lançou um site noticioso especializado em economia – Dinheiro Vivo –, o grupo Cofina (*Correio da Manhã*, *Jornal de Negócios*, *Record* e *Sábado*) também reforçou o online, e a introdução do vídeo generalizou-se, com destaque para as experiências dos diários *Público*, *A Bola*, *Jornal de Negócios* e *Diário Económico* e da *Rádio Renascença*" (Zamith, 2011:53).

De qualquer das formas, independentemente das fases, com o advento do ciberjornalismo, iniciou-se um novo paradigma, que apesar de não apresentar um ritmo tão acelerado comparado à escala internacional, o facto é que progressivamente publicações como a *Visão*, a *Sábado* a *Blitz* já apresentam conteúdos específicos para a internet. Já para não falar nas publicações que nasceram nos últimos tempos na internet, como é o caso da *Punch Magazine*⁶, da *Rádio Alternativa 21*⁷ ou *Bodyspace.net*⁸.

O provérbio chinês "Talvez viva em tempos interessantes" está presente na nossa realidade. Estamos perante uma nova revolução, repleta de avanços na internet e tecnologia. Diariamente existe uma abundância de informação e o tamanho da interação social atingiu uma escala colossal. O acesso à informação atingiu um novo paradigma. Passou da escassez para a abundância.⁹

⁶ <http://punchmagazine.net/>

⁷ <http://www.radioalternativa21.com/>

⁸ <http://bodyspace.net/>

⁹ Remoreras, Glenn, Forecast 2020: web 3.0 and collective intelligence, disponível em <http://glennremoreras.com/2010/07/28/forecast2020/>

3. Os casos de Estudo

3.1. Mundo da Canção: o Contexto

Entre o Nacional-Cançonetismo e a Canção de Protesto



O *Mundo da Canção* surgiu em Portugal num contexto sócio, político e económico delicado.

Um país de certa forma atrasado nos mais diversos níveis (como o cultural) vivendo sob a tutela do Estado Novo, com contudo, alguma lufada de ar fresco: a

Primavera

Marcelista. Mas era sempre necessário

Ilustração 2-A revista Mundo da Canção

"fintar" o lápis azul, sempre atento a qualquer ousadia.

Nos anos 60 e 70 encontramos duas mudanças musicais: entre o nacional cançonetismo e a música de protesto e as movimentações preliminares do rock em Portugal.

Recorrendo a João Lisboa (citado por Guerra, 2010: 195) podemos desde logo começar por problematizar a expressão "música popular portuguesa", na medida em que esta pode assumir várias conotações que vão desde a música que o povo gosta, a música do povo ou a música derivada das raízes e tradições populares.

Sistematizando, a música popular portuguesa provém de quatro registos musicais fundamentais: o fado, a canção de protesto, o folclore e o nacional cançonetismo.

Segundo Costa (citado por Guerra, 2010:196) o fado é representado generalizadamente como uma forma cultural e musical tipicamente portuguesa, sendo uma força importante na definição da identidade nacional em campanhas turísticas, nas

vivências emigrantes na historicidade das zonas específicas das cidades, designadamente de Lisboa e de Coimbra.

A canção de protesto, por sua vez, nasceu nos anos 60 do século XX no nosso país e está ligada à oposição da ditadura.

Segundo Duarte (citado por Guerra, 2010:196) podemos incluir os baladeiros, estilo muito associado a uma evolução do fado de Coimbra. As letras das "baladas" dirigiam-se a problemas sociais e eram acompanhadas por uma viola acústica. Destacam-se os nomes de José Afonso e Adriano Correia de Oliveira.

Segundo Pina Cabral (citado por Guerra, 2010: 197) o folclore foi também uma expressão popular relevante, pois enquanto produção cultural parece assumir um significado de pertença a um determinado grupo de pessoas e uma produção sistemática de artefactos revivificadores dessa pertença.

Já o nacional-cançonetismo recobre as canções e sonoridade promovidas pelo Estado Novo e largamente definidas na rádio e tv. São disso exemplo artistas como Madalena Iglésias, Simone de Oliveira, Artur Garcia e António Calvário.

Segundo Monteiro (citado por Guerra, 2010: 197) coube ao nacional-cançonetismo ajudar a reproduzir uma série de estereótipos do nosso senso comum mítico "sobre Portugal, entre ele a figura do português "pobre mas honrado" e da "casa portuguesa com certeza".

A história da publicação *Mundo da Canção* é assaz curiosa. Sabemos que em 1969 o contexto era um pouco mais "aberto", marcado por uma série de acontecimentos sociais, políticos e culturais, nomeadamente a Primavera Marcelista, o Woodstock, o Maio de 68 ou o programa Zip Zip.

“O meu avô tinha uma gráfica. Depois houve uma fase da minha vida particular, política... estava cheio disto. Tinha uma correspondente em França que um dia no Verão veio cá. Eram duas famílias. Sabia mais do Porto e de Portugal do que eu. Eu senti-me atrapalhado porque, foi a primeira vez que visitei muita coisa. Ela estava a estudar para engenharia química. Desci com eles até Nazaré, Coimbra, mas...fomos para a esquadra. Atenção que isto é muito importante. Então eles disseram: ‘você não pode andar, a lei não permite’. Todos ficaram muito chateados, perguntaram-me o porquê da situação. Isto há 50 e tal anos. Eramos quatro e lá fomos para a esquadra Depois falei com a família e perguntei: ‘quanto é que me podem dispensar?’ (...) Vou ganhar uma bolsa e tal... E, assim, eu parti para França. Foi a melhor coisa que fiz na minha vida: sair daqui. Estive três anos fora e vi muito”. (Tavares Avelino:2017)

O primeiro exemplar da revista *Mundo da Canção*, que tem como capa Padre Fanhais apresenta na parte final a Jane Birkin com Serge Gainsbourg. Portanto impregnava-se no papel experiências vividas, a canção francesa, a experiência de um mundo novo lá fora. O espírito de liberdade, acima de tudo.

“Mas havia um propósito. O propósito do *Mundo da canção*....uns percebem logo , outros são mais lentos porque não sabem muito bem a realidade que vivemos.

Sobretudo os de fora, não percebem. Aquilo é uma mistura. Se pegarem nos primeiros números, vêem coisas muito importantes. Porquê o Padre Fanhais? Porque vinha em destaque no programa zip zip por onde passaram os baladeiros todos. E ele foi o que teve mais impacto. A história da música em Portugal é muito interessante, apesar de ser, de todas as histórias, a mais abandonada. Primeiro será o teatro, o cinema, -A música vem provavelmente em quarto lugar". (Ibidem)

Deu voz a programas míticos da rádio em Portugal como o "Em órbita". Fundador do FM Stereo da Rádio Comercial, João David Nunes é um nome incontornável na história da divulgação musical em Portugal e também se recorda bem do impacto do Mundo da Canção na sociedade portuguesa do Estado Novo, onde nem todos se calavam.

"Foi uma publicação que deu atenção à música de vanguarda. Mas paralelamente existiam revistas extremamente populares que divulgavam a chamada música *mainstream* que se ia fazendo na altura, que era a *Plateia*, mais ligada aos espetáculos, ao cinema. Mas também dedicava atenção à música. Houve outra do Rádio Clube Português que se chamava *Antena*. E nos jornais havia alguma secção dedicada à música. Mais tarde, com o fenómeno punk, aconteceu algo muito engraçado e que merecia ser estudado que também corresponde a um nicho tal como a *Memória do Elefante*: as fanzines. Eu lembro-me que o António Sérgio tinha uma" (Nunes, David:2017)

"Eu nunca exerci verdadeiramente jornalismo musical. Eu como era uma pessoa atenta ao mundo musical, e como ouvia, passava e divulgava muita música, achei natural quando me convidaram para fazer o que fiz na *Música & Som*. Por outro lado, tive colaborações dispersas com artigos, ou análises de discos, entrevistas....No que diz respeito a coisas publicadas. Claro que em rádio fiz outras coisas". (Ibidem)

"Comecei a comprar a revista Mundo da Canção quando ela iniciou a publicação, aí por volta de 1969, embora não tenha apanhado o primeiro número, consegui o comprar o segundo e adquiri-a ininterruptamente desde aí. Aquilo o que transmitia era sobretudo uma opinião, uma discussão aberta e acesa sobre as tendências da música (...) Porque a música não era apenas para se ouvir, descartar e deitar para fora; era algo sobre o qual se pensava. Uma das coisas em que o *Mundo da Canção* nos ajudou muito foi precisamente a pensar a música" (Pacheco, Nuno: 2017)

"Foi aquele período do nacional cançonetismo, por um lado, e por outro a emergência da nova música portuguesa, e a *Mundo da Canção* ajudou a difundir, entre outros, o Zeca Afonso ou o Adriano Correia de Oliveira, todos eles passaram pelas páginas do Mundo da Canção – como a nível internacional". (ibidem)

O Mundo da Canção conseguiu, pelo menos até 1973, colocar-se sempre a salvo da censura, escrevendo nas entrelinhas.

"Um bocadinho, claro que sim... era normal. O máximo que se arriscava era a revista ser apreendida rapidamente, e isso não era do interesse de ninguém. É evidente que nós também começámos a ter naquela altura algumas posições contra o regime, tudo aquilo que descobríamos e achávamos que era do "contra" íamos a correr ver: o José Mário Branco, o Sérgio Godinho..." (ibidem)

"O trabalho era feito de forma subreptícia – embora não estivesse na imprensa, sei disto porque conhecia pessoas que trabalhavam nos jornais -, inclusivamente nos jornais: quando se queria que uma notícia fosse lida não se utilizavam palavras que a censura iria de certeza cortar, mas sim palavras em "código" que os leitores

reconheciam. E o que se fazia nessas revistas, assim como em outras, como a *Memória de Elefante...*” (ibidem)

As críticas eram uma constante.

“Mas naquela altura já era um bocadinho à frente, já se fazia a crítica àquele jazz como sendo algo um pouco ultrapassado... Mas a revista ajudou-nos muito a formar opinião. E mesmo quando não concordávamos com o que líamos, aquilo incitava-nos ao debate e ajudou-nos a ter um olhar muito crítico sobre a música. Não se tratava apenas de ouvir, consumir e deitar fora...” (ibidem)

Torna-se, assim, pertinente questionar o que mudou no jornalismo musical desde a publicação *Mundo da Canção*.

“A *Mundo da Canção* tem todo um património e uma história que falam por si, desde a censura até à organização de concertos de enorme valor cultural e histórico, as publicações...” (Galveias, Lino:2017)

A Scratch Magazine: Da origem ao contexto atual



Ilustração 3-A Scratch Magazine

A *Scratch Magazine* é um *media* online temático focado nas artes, com especial enfoque na música. Ancorado numa política de *vintage* e vanguardismo, a *webzine* é diária e de âmbito nacional.

Pretende-se informar, ensinar, entreter e ajudar, através dos artigos, mas também promoção de eventos. A *webzine* apresenta responsabilidade social.

O *media Scratch Magazine* formalizou-se em setembro de 2015, mas o início da sua história remete para 18 de setembro de 2009, quando Irene Leite, a autora da presente investigação, decidiu criar um jornal online. Na altura não havia meios técnicos nem económico-financeiros. Apenas uma manifesta vontade de concretizar o projeto. O nome do *media* em construção era “Som à Letra”, uma continuidade do protótipo de um jornal lançado para a disciplina de imprensa, entre setembro de 2008 e janeiro de 2009.

Havia nome, havia blogue, havia uma jornalista com muita vontade de trabalhar.

Diariamente começaram a ser publicadas notícias, e uma ou outra reportagem. Em dezembro de 2009, Irene Leite começou a olhar para as potencialidades da rede social facebook e

paulatinamente o público foi aderindo às publicações noticiosas e não só (músicas). Tudo foi acontecendo naturalmente e criou-se um “microcosmos internauta”. De dezenas de leitores passou-se para centenas. De centenas para milhares, até hoje. E a equipa foi aparecendo. Normalmente leitores que se tornaram fãs da publicação. Assim, na presente reflexão contabiliza-se o início da publicação a partir do **dia 18 de setembro de 2009**.

Contudo, algumas questões impõem-se:

O que deve significar desempenho dos *media*?

Lucro ou interesse público?

Irene Leite iniciou toda esta aventura jornalística naturalmente. Movida talvez por muitos conceitos hoje tidos como utopias, como liberdade de informação, criatividade e sustentabilidade criou o velhinho blogue intitulado “Som à Letra”.

No entanto, o caminho não foi fácil. Não é simples conciliar conceitos como interesse público e interesse do público. Por vezes existem divergências nestes dois conceitos. Sabemos que a reacção do público é sempre imprevisível. Nem sempre a qualidade dos conteúdos jornalísticos vence. O entretenimento leva a carta branca. A prova desta realidade é o sucesso da TVI com os seus eternos (never ending story) *reality shows* como o Big Brother, Quinta das Celebidades, ou Secret Story. É a sociedade do espetáculo no seu esplendor.

O enquadramento legal da *Scratch Magazine*



Ilustração 4-O site da *Scratch Magazine* (www.scratchmag.org)

É engraçado. Nunca pensei que uma teimosia saudável pudesse chegar aos sete anos. Mas chegou. E sabem que mais? É como aquelas paixões loucas que aparecem. Mas atenção, aqui não falamos de paixão só. Falamos acima de tudo de um caso sério de amor. Oh, déjà vu.

Entrar no mundo da economia de bits não foi fácil. Com efeito, neste editorial voltamos a bater (um pouquinho, ok?) na tecla da nossa história, apenas porque é o fim de mais um ciclo.

[A Scratch] merece subir de escalão. Não foi por acaso que a sua publicação para carácter irregular aconteceu. Tive que encontrar outro trabalho para poder desenvolver este sonho, para que este não se torne numa utopia, ou pior, num pesadelo.

Se há coisa que descobri que tenho é perseverança. Porque adoro a minha formação base como jornalista. Já falhei, claro. Mas retomei o percurso. E acredito muito no nosso trabalho. É que ao longo destes sete anos passaram por esta casa tremendos jornalistas. ~

E todos estes fatores são determinantes para os próximos desenvolvimentos. O ano que se aproxima será muy profícuo e mais uma vez contamos convosco.

Boas festas e.....

Hasta la victoria siempre, dizia alguém. Quem fala assim não é gago¹⁰.

Mais uma vez não foi fácil chegar ao estatuto atual de legalização na ERC. Não havia capital. O contexto sócio-económico é mordaz, sobretudo para os mais jovens. Estágios não remunerados ou mal remunerados são o prato do dia no século XXI. Finalmente com alguma estabilidade financeira foi possível entrar com o processo de legalização junto da entidade reguladora para a comunicação social. A marca inicial do projeto era “Som à Letra”. Ciberjornal. No entanto, a marca “Som à Letra” não era inédita. Entra aqui uma questão muito importante na área da internet e dos novos media: a questão dos direitos de autor. O “Som” não era da autora da autora da presente investigação. Tinha-se, por mais que custasse, que abandonar essa marca para seguir com um caminho transparente.

Em semanas foi ponderado um novo rumo editorial para o projeto, mais voltado para a cultura dj “rock n roll”. Nasce assim a *Scratch Magazine*, com o lema “O teu Som”, uma forma de eternizar o velhinho “Som À Letra”, nome que nunca foi “nosso”. Aí está um perigo da internet que foi ultrapassado. A ética e deontologia norteia a atividade jornalística, facto que foi tido sempre em conta. Esta é a melhor fase do projeto. Apesar de não reunir ainda muito capital social para avançar para outro patamar, a nível de conteúdos não poderia estar mais sólido. Para a equipa o mais importante.

¹⁰ Leite, Irene, Amour, Amour, <https://scratchmag.org/2016/12/01/amour-amour/>, In Scratch Magazine

Nas origens

Estudo de caso: O Som à Letra



Ilustração 5-O primeiro *website* do Som à Letra, idealizado pelo designer Diogo Machado

A 18 de Setembro de 2009¹¹ nasce um ciberjornal cultural, especialmente orientado para a área musical, criado pela autora da presente investigação¹². “Um projeto em crescimento, pretendendo solidificar-se como uma marca independente, baseada na qualidade dos conteúdos, no prazer pela atividade, espírito de entreajuda, contínua aprendizagem e forte responsabilidade social¹³”.

Trata-se de um ciberjornal que foi idealizado há nove anos. A sua origem remonta a finais de 2008, quando surgiu como projeto de final de curso para imprensa. Na altura desenvolveu-se um jornal¹⁴ e a vontade de expandir o projeto ficou.

Após terminar uma série de estágios olhou-se para um blogue e decidiu-se transformá-lo num jornal online. Não havia equipa, rúbricas, estatuto editorial, nem audiovisuais para tratar do desenvolvimento gráfico do projeto. De centenas passou-se a milhares de seguidores do *blogspot*. Nesse espaço de tempo encontrou-se equipa e juntamente com os leitores criaram-se rubricas para o ciberjornal.

Todos os empreendedores começam em três categorias: os seus gostos e habilidades; o que sabem, a sua educação, experiência; quem conhecem e os seus contactos na rede. Usando estes instrumentos, os empreendedores começam a imaginar e a implementar os

¹¹ L

¹² L

¹³ Ibidem

¹⁴ https://issuu.com/illuminatumm/docs/edicao_0_som_letra

possíveis efeitos que podem ser criados com as suas acções. Normalmente começam pequeno, evoluindo para planos mais elaborados” ” (Sarasvathy, 2001:2)

Em finais de 2009, já com a ideia de construir o cibermeio de forma cada vez mais solidificada, nasceu o primeiro “acerca de nós” do *Som à Letra* sob o mote “Teimosia saudável”, desenvolvido pela autora da presente investigação.

“A vida é um palco e nós somos os actores” diz (e muito bem) Willlliam Shakespeare. De facto, a vida é demasiado curta para nos cingirmos a uma experiência profissional. Não. Há que variar e sobretudo aprender com esses novos desafios. No entanto, cabe-nos nós construir esse percurso (o que nem sempre é fácil), tendo em conta os nossos sonhos e ambições, sempre com cautela, para que esses desejos não se tornem utópicos. Em época de crise até sonhar torna-se complicado, pelo que torna-se importante concretizar cada ideia, de forma a não dar origem a contínuos sonhos/idealizações que desembocam em frustração. E ninguém quer isso, certo? Por isso, aprender, trabalhando é o que espero deste projeto de vida, sempre fundindo com os conhecimentos teóricos adquiridos aquando da vida académica (que futuramente será retomada com um mestrado em Multimédia). Porque, como diz Kurt Lewin, “nada há mais prático que uma boa teoria”.

Chama-se Som à Letra este meu projeto de vida. Mas o que é o Som à Letra? Trata-se de uma teimosia levada a cabo por uma jornalista com muita vontade de trabalhar e sobretudo aprender. É um blogue que procura exercer jornalismo cultural através da elaboração de entrevistas, reportagens, artigos, etc. Um projeto em crescimento, que espera um dia abandonar o blogue (daqui a dois anos, mais concretamente) e solidificar-se como uma marca independente.

*Podem chamar-me chata, ansiosa, sonhadora, iludida ou utópica (no pior dos cenários). Eu até nem discordo (pelo menos dos três primeiros) destes apelidos. Mas como estou a gostar cada vez de um discurso sintético, prefiro resumir estes adjetivos a duas palavras: **Teimosia Saudável**.*

Uma “teimosia” que foi levada até ao fim, com a formalização do *media*, a 18 de Setembro de 2015, data do seu sexto aniversário como ciberjornal.

Diariamente são editados os conteúdos da equipa, para além de se tratar da divulgação do projeto junto das promotoras de eventos, e iniciar todo um conjunto de parcerias estratégicas com projetos semelhantes, como a publicação Bandcom, ou a Elenco Produções. Trata-se ainda da presença do *media* nas redes sociais e inicia-se diariamente o processo de interações com os leitores.

A equipa¹⁵, que, para já, colabora em regime de voluntariado é proveniente de áreas diversificadas: sociologia, relações internacionais, psicologia, cinema, jornalismo e audiovisual. Cada um complementa-se entre si numa escrita que se pretende viva para um jornalismo musical de qualidade.

¹⁵Leite, Irene, Equipa, disponível em <http://somalettra.wordpress.com/contactos-2/equipa/>

Nos primeiros dois meses de vida do media, os conteúdos foram apresentados e trabalhados sem qualquer auxílio de redes sociais, até ao dia em que se julgou pertinente criar um facebook para o projeto, que ficou operacional em Novembro de 2009. No entanto, a utilização na altura era bastante redutora, com o *link* de um ou outro post. No entanto, a partir de Janeiro, com outro olhar sobre a ferramenta e das possíveis vantagens que poderia vir a ter no trabalho, e na rede de contactos e novos públicos, a colocação de *posts* passou a ser regular e num espaço de três meses o Som à Letra começa a criar o seu “microcosmos internauta”: centenas de pessoas começaram a seguir o blogue.

A audiência começou a comunicar regularmente através da rede social do facebook e as rubricas do ciberjornal foram sendo construídas em conjunto.

Irene Leite PAUSE;)

No dia 1 de Abril o Som à Letra apresenta uma emissão sugerida pelo leitor Marcelo Alves , que aborda o eterno duelo entre Oasis e Blur. Precisamos da vossa ajuda: Qual dos dois grupos/canções preferem? e Porquê? Obrigada pela vossa colaboração;) Tds as sugestões serão apontadas.

21 de Março de 2011, às 16:53

4 people like this

Marcelo Alves Blur- the universal, song 2, beetlebum, coffe and tv, no distance left to run, parklife, girls and boys, tender, she's so high, theres no other way, this is a low
22 de Março de 2011, às 9:07

Marcelo Alves coutry house
22 de Março de 2011, às 9:07

Marcelo Alves country
22 de Março de 2011, às 9:07

Diogo Duarte Blur é melhor! Song 2, Cofee and TV, Country House!
23 de Março de 2011, às 15:35

Irene Leite apontado ;)
23 de Março de 2011, às 15:40

Ilustração 6-As emissões preparadas em parceria com os leitores

Um dos aspetos da web 2.0 é o aproveitamento da inteligência coletiva para gerar novos conteúdos. No Som à Letra o ciberjornal foi sendo construído com as dicas dos leitores (figura 1 e 2).

“A participação dos cidadãos nesta cultura de convergência faz com que o fluxo de conteúdo que passa por múltiplas plataformas de meios estabeleça uma cooperação entre múltiplas indústrias e um comportamento migratório da audiência dos meios de comunicação disposta em quase qualquer lugar em busca do tipo de experiências, seja lazer ou informação especializada que o leitor precise”. (Vivar, 2011:161)

Irene Leite 2011, Novo ano, Nova etapa sonora, Casa provisória ...))

Qual das rubricas do Som prefere? Va, é só responder ao nosso pequeno questionário (barra lateral direita) e feedbacks sobre o design provisório são mt bem vindos:)) Obrigada!!:D

<http://cibersomaletra.blogspot.com/>



Ilustração 7- Um media em construção com os leitores

3.2. O papel do facebook na solidificação da marca Som à Letra

“Sims (2009) identifica novos players no mercado da informação jornalística: os agregadores, como o The Huffington Post; as micro-plataformas que abrigam conteúdos informativos como o Facebook e o Blogger; e os agregadores como o Google News, o dailyLife, entre outros. É um conjunto de players que atua em cadeia e conduz, em última instância, audiência para um website jornalístico vinculado a uma grande marca” (citado por Corrêa e Lima, 2010:11).

Trata-se de um novo caminho que o consumidor de informação percorre, no qual vai agregando informação e conhecimento, formando opinião, até chegar com visão própria e crítica ao *website* que, no modelo 1.0 era a fonte única e direta de informação.

Assim, modificam-se os indicadores de competitividade nas empresas informativas da Web 2.0, que “em termos quantitativos pela quantidade de fontes de agregação ao conteúdo disponibilizado sob a marca informativa; e em termos qualitativos pela profundidade no tratamento da informação. Tudo isso passa pela reorganização do processo redaccional, reorganização da própria disponibilização da informação no *website*, enfatizando a participação dos agregadores e dos usuários, considerando o próprio *website* como uma comunidade e não como um espaço comercial” (Corrêa e Lima, 2010:11).

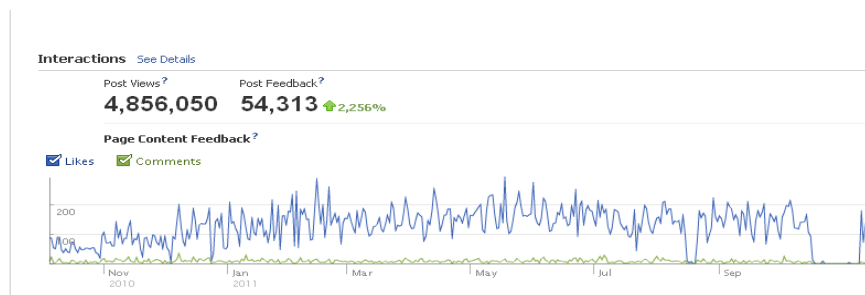


Ilustração 8- Estatística de post views na página do facebook desde novembro de 2010

A identidade gráfica¹⁶ foi sendo trabalhada ao longo dos últimos oito anos pelo designer Diogo Machado e Cátia Cruz. A regra chave do design do *Som à Letra* é *Keep it simple*. Inicialmente o logótipo do projeto idealizado pela mentora do media, Irene Leite, abrangia uma clave de sol. No entanto, o aspeto era amador e precisava de ser alterado.

Numa fase seguinte ainda se tentou manter esta característica, mas logo constatou-se que seria prejudicial para os pilares que foram sendo construídos: simplicidade, usabilidade, jovialidade. Assim, optou-se por um logótipo tipográfico.

Fogg (2009) constata que o problema que acontece em muitos projetos é o facto de serem muito ambiciosos, “e estes estão destinados ao falhanço” (Fogg, 2009:1).

No caso do *Som à Letra*, o projeto foi fluindo naturalmente, sem grandes ornamentações. O mesmo aconteceu com o *design*, que, com o tempo tornou-se mais profissional e com princípios. “Primeiro é aconselhável começar em pequena escala, e depois alargar os objetivos. Uma forma de evitar frustrações” (Fogg, 2009:2).

Fogg (2009) identifica oito passos no processo de desenvolvimento do *design*: escolha de um simples comportamento para moldar; escolha de uma audiência recetiva; encontrar o que está na origem do comportamento do target; escolher um canal tecnológico familiar; encontrar exemplos relevantes de tecnologia persuasiva; imitar casos de sucesso; testar as experiências persuasivas.

Com efeito, não se deve começar pela complexidade. No *Som à Letra*, ao contrário do que aconteceu com os conteúdos (que foram involuntariamente ter com o público) no *design* há que escolher um *target*.

”Atingir pequenos objetivos pode trazer mais benefícios a longo prazo; pequenas intervenções levam a uma ambição construída com o tempo” (Fogg, 2009:2)

É importante que a audiência seja recetiva, e caso surjam barreiras tentar encontrar as razões para entender por que motivo a comunicação não foi bem-sucedida.

A familiaridade com a tecnologia é basilar, ainda para mais num contexto de ciberjornal.

¹⁶ <http://www.behance.net/gallery/SOM-A-LETRA/1107021#.T2YGqnyRGec.facebook>

“Os ‘aventureiros’ podem ser um bom *target*. É muito mais fácil uma audiência familiarizada com as tecnologias e que goste de experimentar coisas novas” (Fogg, 2009:2).



Ilustração 9-O Primeiro logótipo



Ilustração 10-O segundo logótipo, ainda com a clave do sol



Ilustração 11- Um logótipo tipográfico, desenvolvido por Joana Quintela



Ilustração 12-Terceiro e definitivo logótipo

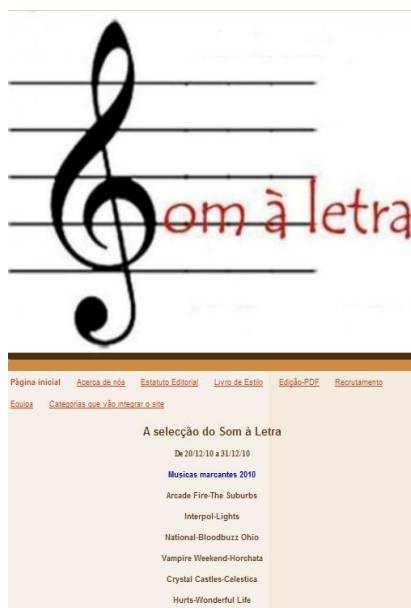


Ilustração 13- Inicialmente, o endereço do *Som à Letra* era um blogue, muito pobre em design, mas que foi evoluindo paulatinamente

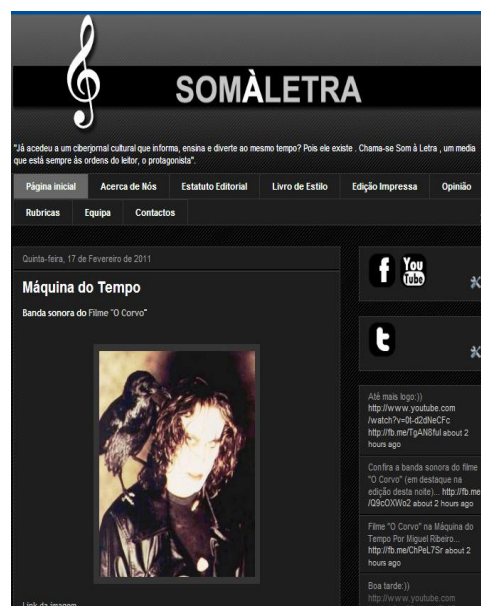


Ilustração 14- O segundo blogue e “casa” do *Som à Letra*

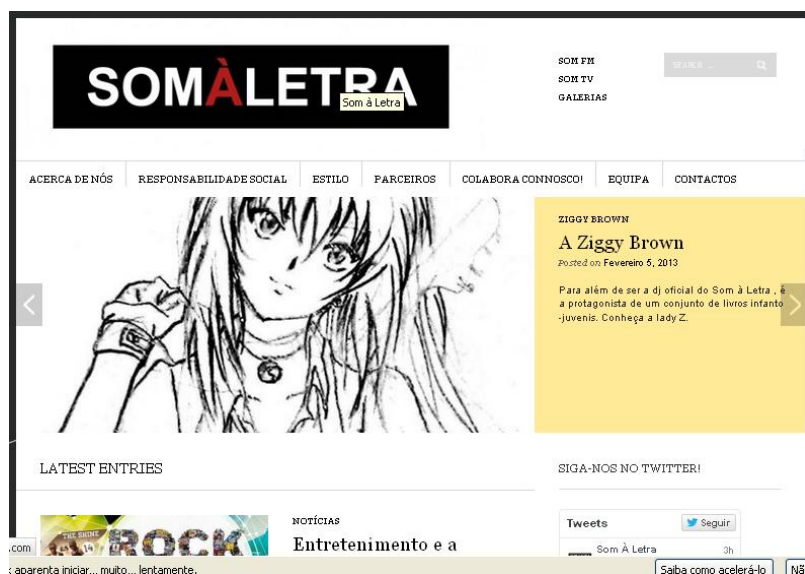


Ilustração 15- Em 2013 foi movido todo o arquivo para esta plataforma wordpress, desenvolvendo futuramente o design casa vez mais simples e direto

As vertentes do Som à Letra

A Som Fm

Som FM



Ilustração 16- O primeiro website da Som FM



Ilustração 17 Publicidade à Som FM

A Som Fm, primeiro projeto de rádio idealizado, é uma webrádio pautada pela qualidade dos conteúdos. Assume-se como divulgadora de som fresco cá dentro e lá fora, sem esquecer os velhos clássicos. No que toca aos géneros, abraça a new wave, pop alternativa, todas as variantes do rock, e ainda punk, blues, jazz, country.

Apresenta programas de autor (música, literatura, teatro, cinema), rubricas de humor, passatempos, radionovela. A webrádio rege-se pela minúcia, qualidade e responsabilidade.

São objetivos da webrádio: a promoção e divulgação da música nacional (cerca de 50%); A promoção e divulgação de todas as formas de expressão cultural, tanto a nível nacional, como internacional; A organização, a promoção e a realização de festas temáticas. Será inclusive recuperado o conceito de “festa de garagem”; Conceção, organização e implementação de programas culturais e artísticos.

Hora	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
07h00	Comunidade FM Revista de imprensa Posto Sonoro Histórias da música rock Síntese						
08h00						Retrovoltagens	
09h00							
10h00						Cabaret Voltaire	
11h00							
12h00						Back on Track	Num filme sempre electropop
13h00							
14h00	Ziggy Tapes						
15h00	Músicas com estória						
16h00							
17h00	Radiotelefonía					De Sons às Costas	
18h00							
19h00							
20h00							
21h00	Conta-me estórias						
22h00	TentaSons					Progressive Head	
23h00						Contramão	
24h00							
01h00							
02h00	Jazz Session						
03h00	Devaneios					Cabaret Voltaire	
04h00							
05h00							
06h00							

Tabela 2- A programação provisória da Som FM

O projeto já apresenta equipa e programas que vão constar da grelha oficial: Devaneios (Irene Leite), Back on Track (Ricardo Vieira e Paulo Martins), Progressive Head (Irene Leite e André Lucas), Num filme sempre electropop (Irene Leite), ou De Sons às Costas (Lino Galveias). A webrádio já apresenta indicativo e grelha de programação provisória. Jorge Brandão é a voz dos *spots* da rádio, que também se assume como comunitária.

Já começou também a ser desenvolvido o *website* do projeto, que neste momento se encontra muito básico, mas já com preocupação em interagir com o público, não só através das redes sociais, mas também através de sondagens.

A Som TV



Ilustração 18- Logótipo desenvolvido por Irene Leite

Trata-se de uma *web tv* dedicada à arte de vanguarda, abraçando a comunidade. Videoarte, música, teatro, humor, responsabilidade social é o que esperamos da Som TV. Sempre em constante mutação numa sociedade que deambula cada vez mais entre o virtual e o real, a *web tv* rege-se pela minúcia, qualidade e vanguarda.

São objetivos da Som TV a promoção e divulgação de arte de vanguarda; a promoção e divulgação de todas as formas de expressão cultural a promoção do civismo; a promoção de eventos temáticos: sessões de filmes, videoclipes de novas bandas; conceção, organização, apoio a programas culturais e artísticos.

Som Cívico



Ilustração 19- Logótipo do Som Cívico desenvolvido por Irene Leite

O *Som à Letra* assume-se como um *media* cívico, atento às necessidades da comunidade.

Por cada evento que organizará, fará uma reportagem sobre a respetiva organização, divulgando a sua origem, percurso e necessidades, tal como aconteceu com a Santa Casa da Misericórdia¹⁷ e Acreditar¹⁸ (eventos que ainda estão a ser planificados).

¹⁷ Galveias, Lino, Santa Casa da Misericórdia, disponível em <http://somalettra.wordpress.com/2013/02/16/santa-casa-da-misericordia-do-porto/>

¹⁸ Leite, Irene, Acreditar, disponível em <http://somalettra.wordpress.com/2013/02/15/acreditar/>

O enfoque na primeira fase (2013) foram as crianças, mas futuramente será alargado o público, promovendo ações solidárias, nem sempre musicais, mas debates, almoços, em parceria com outras organizações.

O *Som Cívico* refere-se à vertente de responsabilidade social do ciberjornal Som à Letra.

A equipa estará sempre ativa na sua atividade, não só na procura de novas entidades, mas também atendendo às sugestões dos ouvintes e leitores.

Ajudar, informar, alegrar é o grande lema do Som Cívico.

São objetivos do *Som Cívico*: Solidariedade; Humanitarismo; Respeito pelo indivíduo; Ética profissional; Qualidade.

No início de 2013 a equipa do *Som Cívico* proporcionou a membros da APPACDM, através de uma parceria com a Elenco Produções, uma tarde de animação a membros da instituição, que trabalha pela melhoria das condições de vida e de saúde dos utentes com vantagens específicas na mobilidade.¹⁹ Os membros da APPACDM puderam assistir à peça sobre Zorro. Atividades que são para repetir.

A curadoria digital é outra realidade que os *media* atuais devem ter cada vez mais em atenção. E como não se pode dar todas as notícias ao mesmo tempo, o Som à Letra decidiu colmatar a situação, filtrando notícias através das ferramentas scoop it²⁰ e paper li²¹.

O jornalismo cívico no Som à Letra

Uma vez criada a vertente cívica do *Som à Letra*, a partir de 2014 ambicionou-se um jornalismo cada vez mais próximo do cidadão e das suas necessidades. Daí já ter sido pensada a rubrica *conta-me histórias* (inserida na vertente som cívico do Som à Letra), onde os protagonistas serão os cidadãos (ligação à IncluSom). A Som FM terá noticiários e revista de imprensa local. O *Som à Letra* reforçará a sua cobertura de eventos culturais de âmbito local.

A *Som TV* (sempre inserida no site do Som à Letra) terá uma adaptação do programa *conta-me histórias* e contará com reportagens diversas no seio da comunidade em que se insere (ainda está a ser ponderada a morada da instituição).

¹⁹ Leite, Irene, Zorro Portugal proporciona uma tarde de magia a alunos da APPACDM, disponível em <http://somaleta.wordpress.com/2013/03/14/zorro-portugal-proporciona-uma-tarde-de-magia-a-alunos-da-appacdm/>

²⁰ <http://www.scoop.it/t/som-a-letra>

²¹ <http://paper.li/somaleta/1367419609>

As tentativas falhadas de implementação do Som à Letra

De forma a tornar o *Som à Letra* autónomo financeiramente foram tomados um conjunto de procedimentos, desde à reunião para a inclusão num pólo de indústrias criativas (UPTEC), à participação numa série de eventos.

O projeto esteve incubado na UPTEC durante 6 meses. No entanto, não havia publicidade nem patrocínios para reunir o capital necessário para empreender o projeto. Concorreu-se ao prémio indústrias criativas (2011), participou-se numa sessão da Hub Porto (2011), no evento *So you think you can pitch* (2011), Academia RTP ou no IUP. Mas tudo sem efeito. O projeto não era suficientemente inovador. E voltava-se sempre à questão da publicidade e patrocínios.

Nos feedbacks relativos ao projeto no concurso IUP foi referido o seguinte: “A Promotora ainda não tem uma ideia clara de como transformar a sua ideia num negócio (o tal modelo de negócio). Os conceitos de "vintage" e "vanguardista" não podem ser considerados inovadores ou de difícil cópia, devendo ser explorados outros aspetos (e.g. tecnologia associada ou desenvolvimento de parcerias estratégicas). Se a ideia é fazer disto um negócio, há que saltar para outra escala. Admiro a iniciativa da Promotora, mas sendo a publicação *online* relacionada com música, julgo que poderá encontrar fontes de receita que transformem o atual mecenato num verdadeiro negócio. Falta alicerçar o conhecimento sobre o modelo de negócio apresentado. A proposta beneficiaria de uma visão com maior ambição”.

Em 2013, já com a ideia da criação da associação Inclusom, Espaço de Intervenção cultural e cívico, tentou-se angariar apoios para a sua formalização, tornando o Som à Letra o seu jornal oficial. Resultado: mais um fracasso²².

No mesmo ano ainda se concorreu a um concurso promovido pelo Banco de Inovação Social, mais uma vez sem qualquer efeito, embora a avaliação do projeto tenha sido razoável (pois já haviam sido enviados os estatutos da associação, após consulta com uma jurista), mas não o suficiente.

Em meados de Outubro, a autora da presente investigação procedeu a uma reunião na UDIPSS-Porto onde finalmente, explicando os objetivos da associação Inclusom conseguiu chegar a uma solução: uma IPSS enquadrada no empreendedorismo social, onde a musicoterapia é a grande protagonista. Aliou-se paixão, interesse e oportunidade e logo se iniciou o processo de desenvolvimento do projeto, cada vez mais focalizado no seu público-alvo: os idosos. Uma missão clara: informar, ensinar, entreter e ajudar.

²² <http://ppl.com.pt/pt/prj/som-a-letra>

A associação Inclusom – Espaço de Intervenção cultural e cívico



Ilustração 20- Logótipo da associação IncluSom

“O Jornalismo precisa urgentemente de ser reinventado”, avançou a autora da presente investigação num editorial do cibermeio Som à Letra²³. Seria, por isso, interessante sair das redacções, criar novas rubricas, procurar novas formas de abordagem nas entrevistas e reportagens.

Por outro lado, já que o papel do jornalista altera-se com a web 2.0, tornando-se um rigoroso *gatekeeper* e empreendedor, “urge também a necessidade de alterar as políticas de ação. No Som à Letra aposta-se na cidadania, através da vertente Som Cívico e da associação que brevemente vai ser fundada, Inclusom-Espaço de Intervenção cultural e Cívico²⁴”.

A associação envolve o idoso em atividades que estimulam a comunicação, a cultura, o respeito e solidariedade para com o outro.

A missão da cooperativa é informar, ensinar, entreter e ajudar, com uma forte aposta na musicoterapia. Porque a música faz toda a diferença.

No âmbito da sua ação a IncluSom pretende promover a sociabilização e o relaxamento através de eventos que demonstrem os efeitos terapêuticos da musicoterapia; Promover sessões psicopedagógicas de forma a proporcionar um dia a dia mais saudável aos idosos; Promover a discussão através de debates e palestras sobre um conjunto de temáticas delicadas à vista da sociedade com o objetivo de abrir consciências e ir ao encontro de uma sociedade cada vez mais inclusiva (ex: Desmistificando mitos sobre a bipolaridade/esquizofrenia); Realizar visitas de estudo para crianças carenciadas ou portadoras de deficiência, através de parcerias estabelecidas com um conjunto de entidades; Voluntariado nos hospitais e lares de idosos, de forma a proceder a apoio psicológico e ainda, sessões de musicoterapia; Inclusão digital através de formação.

Tabela 3 – Instrumentos de ação da IncluSom

Instrumentos de ação da IncluSom:

- 1- Um *media* ao serviço da **comunidade**: **Som à Letra**, com as suas vertentes,
 - a) **Som Fm**: com programas abertos à comunidade: *conta-me histórias; aventuras de um jovem na década de 60/70*
 - b) **Som Tv** : Adaptação da rubrica *conta-me histórias*, reportagens

²³Leite, Irene, Reinventar o jornalismo, disponível em <http://somalettra.wordpress.com/2013/05/14/reinventar-o-jornalismo/>

²⁴ Ibidem

	do som cívico, som ao vivo
	c) Som Cívico: Visitas a teatros/concertos com idosos e crianças desfavorecidas/reportagens no seio da comunidade
2-	Workshops:
	a) Como trabalhar no <i>office</i>
	b) Como aceder ao portal das finanças
	c) A internet e a web 2.0
	d) O poder terapêutico da musicoterapia
	3-Debates/palestras
	4-Festas temáticas
	5-Som Fest (Concurso de bandas nacionais)

No que diz respeito aos pontos fortes da associação: carácter inovador do projeto ao fundir cultura e solidariedade; uma instituição que se preocupa com a educação e ocupação dos mais velhos. No entanto, existem fraquezas, já que ainda não estão reunidos nesta fase patrocínios ou subsídios.

No que concerne às oportunidades: uma associação que fomenta o voluntariado, o empreendedorismo social e a inclusão; vertente de um *media* (Som Cívico) ao serviço da comunidade; uma associação que ajuda e estabelece parcerias e ajuda as restantes instituições de solidariedade social.

Eventos futuros

O *business plan* da IncluSom está praticamente completo, de forma a poderem-se iniciar as reuniões para apoios e parcerias (reforço das existentes).

O modelo de negócio

“A primeira versão online norte-americana de notícias em 1995, do *San Jose Mercury News*-o *MercuryCenterNews.com*-já trazia uma mensagem publicitária no topo do site; e o mesmo ocorreu no Brasil, com a página da Agência Estado, em 1996, o www.agemado.com.br com um anúncio das lojas Mappin. A vinculação publicidade – informação jornalística, associada ao valor da circulação, parece ser a fórmula única (e talvez mágica) de sustentação económica do jornalismo”. (Corrêa e Lima, 2010: 2)

“Daí por diante sucederam-se as tentativas de modelos para o ciberjornalismo: publicidade em múltiplos formatos, assinatura do conteúdo, acesso gratuito parcial, patrocínio, *freemium*, *pay Wall*, financiamento/mecenato, *angel capital*, fundos de investimento, cooperativa de jornalistas, entre outras modalidades”. (Ibidem)

Posto isto, o modelo de negócio da IncluSom assentará em parcerias com editoras, promotoras de eventos, lojas de música, instituições de solidariedade social e associações culturais. A equipa investirá no *Google ad sense* e em mais publicidade online no cibermeio Som à Letra. Workshops, festas temáticas, o Som Fest (dedicado a bandas nacionais), conferências e debates, são outros objetivos da instituição.

Para a Som Fm será negociada publicidade relativamente aos espaços que a rádio abraça (bares, centros de dia, iniciativas culturais, entre outros).

É também muito importante estabelecer parcerias com organismos estatais como a DREN (Direção regional da educação do Norte), IRS (Instituto de Reinserção social),

Direção geral de formação vocacional ou o Instituto de Segurança social (tudo contatos a efetuar).

Sucintamente, a IncluSom pretende sobreviver através da prestação de serviços a lares de idosos e centros de dia, trabalhando em regime diário (ou semanal, numa primeira fase) a inclusão digital dos séniores. Ensinar os utentes a interagir com a internet e os media Som à Letra e Som FM será a atividade chave.

A equipa conta ainda com a preciosa ajuda dos sócios e donativos para esta associação cultural e cívica. A equipa da IncluSom disponibiliza ainda workshops (importante estabelecer parcerias com instituições), debates/palestras (mais ligadas à responsabilidade social do Som à Letra), festas temáticas que promovam a inclusão social dos seniores (convívio) bem como visitas a locais emblemáticos da cidade invicta.

Há ainda o Som Fest, mais relacionado com o Som à Letra e Urban Ground.

Assim de forma a concretizar os objetivos da IncluSom, são necessários acordos de cooperação com os centros distritais e acordos de gestão, através dos quais se assume a gestão de serviços e equipamentos pertencentes ao Estado.

Passos para a implementação efetiva da IncluSom

De forma a formalizar efetivamente a IncluSom decidiu-se recorrer à cidade das profissões, organismo que orienta e apoia os jovens na procura ou criação do primeiro emprego.

A 31 de Janeiro de 2014 a autora da presente investigação decidiu participar num workshop, “Passos para a criação do próprio emprego”.

Foi um evento importante na medida em que se solidificaram conhecimentos sobre empreendedorismo; a importância do fator tempo, do realismo e da oportunidade. Não esquecer que a proposta a apresentar tem que ter um valor subjacente.

Há sempre um risco, mas também um retorno (esperado).

É fulcral obter o financiamento para o respetivo projeto, ver os concorrentes situar o mercado (se é global ou local).

Estabelecer relações com os clientes, definir parceiros-chave e infra-estruturas. Ver a viabilidade do projeto através de um apurado *business plan*.

O Som à Letra deixa o papel e a caneta no escritório e sai à rua



Ainda não acedeu a um ciberjornal cultural que informa, ajuda e diverte ao mesmo tempo?

Mas ele existe. Chama-se Som à Letra, um media sempre atento ao verdadeiro protagonista – o leitor. Somos um media digital, com especial destaque para a música Rock (mas com os olhos e ouvidos postos no Blues, no Country, no Jazz, na Pop e no Punk), com rúbricas diárias, promoção e organização de eventos. Fique por dentro das mais recentes novidades musicais que, vão acontecendo dentro e fora de Portugal. O apoio às bandas e os eventos de solidariedade social, são também uma preocupação nossa.

O desafio é : estar atento ao presente e visitar o passado – sempre com muito Som e Letra.

Compromissos sonoros:

- Prestar um jornalismo cívico de qualidade
- Aposta no design da comunicação
- Aposta na multimédia (infografia, diaporama)
- Aposta no fotojornalismo
- Divulgação de novos talentos (música, teatro, cinema)

www.somaletra.wordpress.com
www.facebook.com/somaletra

Ilustração 21-Panfleto do evento planeado em Dezembro de 2013, que acabou por não se realizar. Mas foi um primeiro esforço.

O basilar ano de 2014

2014 começou muito bem para os projetos Som à Letra/Som FM/IncluSom. A equipa conseguiu entrar no concurso “Acredita Portugal” e foi passando por diversas etapas. Desde a definição do público-alvo ao plano de marketing.

De destacar uma fase em que a autora da presente investigação teve que entrevistar o público-alvo da associação, ou seja, os seniores. Em equipa decidiu-se aproximar do público das universidades seniores, pelo facto de ser um *target* ativo na busca de conhecimento.

No entanto, e após vários contatos telefónicos e troca de *emails* explicando a necessidade de testar a receptividade dos seniores ao projeto, as respostas não foram as mais positivas. Apenas obteve-se uma resposta concreta de uma universidade sénior, que alertou que era complicado sobrecarregar os seniores com estas entrevistas de empatia.

Conseguiu-se, contudo, a adesão do projeto *Vintage for a Cause*, que concedeu a oportunidade de efetuar as entrevistas de empatia às suas colaboradoras, que se dedicam à costura. Tal como a IncluSom, Vintage for a Cause dedica-se a um envelhecimento ativo.

Foi uma experiência enriquecedora apesar de a amostra não ser de todo representativa (cerca de 10 senhoras alinharam neste desafio). Verificou-se que de facto há interesse nas atividades que a IncluSom promove, verificando-se inclusive disponibilidade para o pagamento de um preço simbólico pelos workshops. Foi um encontro muito positivo onde a autora da presente investigação dialogou com o público central da instituição: os seniores.

O facto da equipa da IncluSom ter chegado aos semi finalistas do concurso

BES REALIZE O SEU SONHO

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

TOP 150

IncluSom

“Acredita Portugal” permitiu-lhe beneficiar de parceiros de ação que poderão ajudar num futuro próximo à solidificação da instituição.

As palavras da última notificação depois do *pitch* de dois minutos acerca do projeto foram muito gratificantes para todos os membros do projeto.

Ilustração 22- Certificado de participação no concurso Acredita Portugal

“Isto não quer dizer que o seu projeto não tem pernas para continuar. Apenas chegaram

17 projectos ao final do concurso! Dos 14.324 que concorreram, a escolha foi muito difícil, e o seu projecto faz parte dos 150 melhores. O seu desempenho e o valor da sua ideia auguram um óptimo futuro para o seu projecto! Sabendo nós o potencial do seu projecto, gostaríamos de o ajudar a continuar com o seu trabalho através de um dos nossos Parceiros de Acção. Estas entidades têm acordos com a Acredita Portugal para apoiar projetos como o seu, com potencial comprovado e uma equipa comprometida”.

Foi a partir daqui que se ganhou força para tentar parcerias com entidades como a Fundação Porto Social, a marca Super Bock, a NOS, ou a Associação para o Empreendedorismo Social.

Houve ainda uma reunião na cidade das profissões sobre *coaching* de carreira. Lá discutiu-se a IncluSom e a viabilidade do projeto. Mencionou-se entidades como o IAPMEI, o *compete*, os politécnicos. Todos decisivos na evolução da associação.

2014 também se revelou uma data muito especial para o cibermeio Som à Letra: completou 5 anos, uma data que tinha de ser assinalada. Elaborou-se por isso um dossier explicando como tudo surgiu, as faixas marcantes do Top à Letra e a divulgação do tão ansiado evento: a festa dos 5 anos do cibermeio, que se realizou a 7 de Fevereiro de 2015, no Heaven's Club. O Som à Letra foi notícia na Antena 1, Antena 3 e em vários *sites* noticiosos. Foi uma noite inesquecível, que apesar da pouca afluência do público foi fortemente simbólica.



Chegou-se à equipa base para a instituição, após várias reuniões de *brainstorming*.

A equipa, na altura, era constituída por elementos de diversas áreas que iam desde a comunicação, ao secretariado, passando pela animação social. Diversificada para um serviço de qualidade.

Lino Galveias, que reúne experiência com idosos e crianças ficaria na animação social.

Ilustração 23- Os quizzes

Otília Alves ficaria com a direcção (editora chefe) do jornal oficial da associação, o Som à Letra. Cátia Cruz, que já reúne experiência com associações ficaria com a pasta administrativa. Manuel Magalhães, licenciado em design,

ficaria responsável por toda a identidade visual da IncluSom. Irene Leite, presidente da associação, ficaria encarregue das parcerias estratégicas e da comunicação de toda a atividade da instituição.



Ilustração 24- Nocturnal Dust Productions (parceria)

O mês de Junho foi bastante profícuo para os projetos: a definição do plano de actividades da associação (sujeito a alterações).

A participação em diversos concursos de empreendedorismo social (Passaporte para o empreendedorismo, Banco de Inovação Social, Esjovem) permitiu à equipa estruturar melhor o projeto, com uma memória descritiva mais detalhada.

A reunião na Fundação Porto Social correu bem. A Dra Cláudia Costa, após uma tarde de brainstorming com a mentora do projeto, Irene Leite, disse que o projeto era muito interessante, mas que para ser inovador tinha de focalizar-se no envolvimento dos *séniores* no *media online* Som à Letra e na webrádio comunitária Som FM.

Quanto à Som FM, nasceu um promo com playlist dedicada aos *séniores* e novos *jingles* (sob o mote, uma rádio com sotaque), nomeadamente para o programa da manhã, a Comunidade FM. A autora da presente investigação ficou a ponderar uma parceria com a rádio Manobras, uma rádio comunitária do Porto.

A equipa recebeu, entretanto, novidades da “Acredita Portugal”, que concedeu prémios aos semi-finalistas.

Foi lançado ainda um inquérito para verificar como a marca Som à Letra tem sido assimilada e como a IncluSom e a Som FM podem ser recebidas pelo público.

Em Junho de 2014 o Som à Letra estabeleceu uma parceria com a *Nocturnal Dust Productions*, o que ajudou à divulgação da marca.

A edição digital

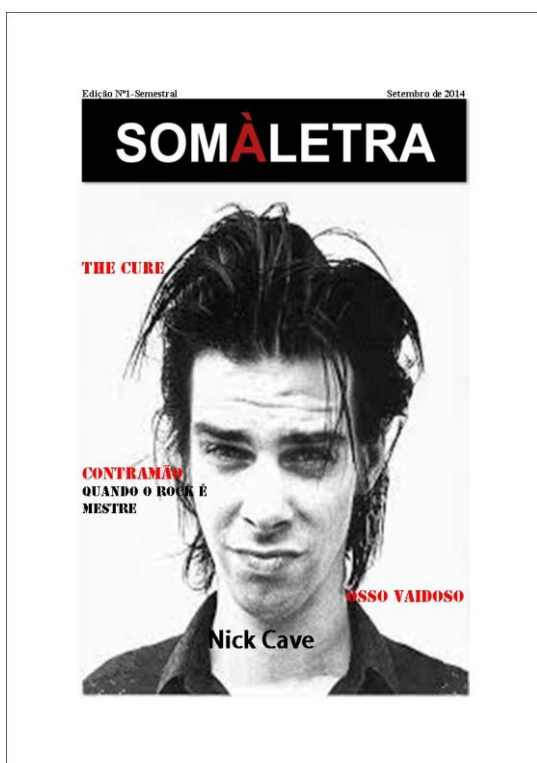


Ilustração 25- A edição digital do Som à Letra

A Magazine Urban Ground

URBAN GROUND!

Ilustração 26-Logotipo desenvolvido por Irene Leite

3.3. Algumas considerações

Segue-se dois press releases, massivamente divulgados nos *media* e que ajudaram ao êxito dos eventos.



Ilustração 27-Panfleto da Scratch Magazine

Aproxima-se a celebração do 6º aniversário da renovada *Scratch Magazine* (www.scratchmaga.org). O palco é o mítico Mercedes Bar, Porto, sábado, dia 13 de fevereiro. Os protagonistas são os Simple Stone e a *afterparty* é conduzida por Irene Leite aka Ziggy Brown. A não perder.

Os Simple Stone foram a aposta da ScratchMag para a celebração do seu sexto aniversário. Não poderia ser melhor. Esperem muitas surpresas!

Primeiro, adoramos tocar no Porto, e ainda por cima tão perto do Douro.

Como será um aniversário especial e para uma revista especial, estamos a pensar em focar-nos mais num “remember” do que propriamente apresentar todo o nosso trabalho, que será para outra ocasião, quiçá na apresentação do álbum. Queremos dizer com isto que nos iremos focalizar mais nos covers, apesar de contarmos tocar 2 ou 3 originais.

Estamos também a pensar alterar um ou outro pormenor visual, mas não podemos divulgar todos os segredos...

In: <http://scratchmagazine.org/2015/12/26/a-conversa-com-simple-stone/>

Mas não pensem que a noite termina por aqui! Há afterparty com a diretora da publicação, Irene Leite aka Ziggy Brown. Um dj set “strictly comercial” é o mote. Será? Pérolas pop e rock dos anos 80 (claro!) e 90 é o que podem esperar. Junte-se a nós!

Acerca da ScratchMag:

Entramos no passado mês de Setembro (2015) com nova marca, nova identidade gráfica e novo domínio no âmbito do processo de formalização junto da ERC.

Na impossibilidade de continuar com a marca jornal "Som à Letra" prosseguimos o nosso caminho no jornalismo musical como "Scratch Magazine".

Digamos que não é o fim, mas sim um renascimento desta publicação.

O estatuto editorial é o mesmo, altera apenas o nome da publicação.

Irreverente, vanguardista e solidária. Assim podemos definir a renovada "ScratchMag"



Ilustração 28- Panfleto da festa dos 6 anos da Scratch Magazine

A festa dos 7 anos na Casa de Ló



Ilustração 29- Panfleto da festa dos 7 anos da Scratch Magazine

Um ano depois da formalização, a Scratch Magazine volta a sair à rua para celebrar os 7 anos de atividade ininterrupta. O caminho até aqui não foi fácil, mas as alegrias das conquistas estimulam-nos a seguir em frente! Recentemente, eu, Irene Leite, estreei-me como dj Ziggy Brown numa noite revivalista com a banda Simple Stone na primeira parte. Foi em fevereiro deste ano, com direito a presença na Antena 1.

http://www.rtp.pt/noticias/cultura/scratch-magazine-sai-a-rua-para-grande-noite-derock_a895664

CH CH Changes!

Na celebração dos 7 anos arriscamos um novo formato de evento. Sob o mote “Dj Ziggy Brown Convida...” são aliciados dj’s portuenses a dar o “vinil” ao manifesto. Sim, porque a noite é anos 80. O melhor do post punk mais concretamente. Uma sonoridade ao programa que mantenho na AVFM (Ovar), o subúrbio, desde Junho de 2016.



Ilustração 30-Panfleto do programa “Subúrbio” na AVFM

3.4. A análise de conteúdo

No âmbito do presente estudo foram adotados dois métodos de análise: quantitativa, qualitativa e a entrevista exploratória, de forma a obter dados ainda mais concretos para a dissertação. A revista Mundo da Canção era de periodicidade mensal e a Scratch Magazine, ainda em funcionamento, de periodicidade diária. A primeira impressa, a segunda *online*. Como refere José Santos (citado por Lima, 2011:45) a estrutura de conteúdo das revistas tem vindo a ser inovada, mas deve ser uma “evolução sustentada”. As revistas devem falar de música, com entrevistas, críticas a álbuns e concertos (Ibidem). Na primeira fase, foi elaborada uma análise de conteúdo quantitativa que segundo Raymond Quivy e LucVan Campehoudt (citados por Lima, 2011:48) caracteriza-se por uma “...frequência do aparecimento de certas características de conteúdo ou de correlação entre elas”.

Esta análise é centrada na capa, entrevistas, crítica de álbuns, crítica de concertos, reportagens.

Na primeira etapa procedeu-se à análise de capa. As variáveis a comparar baseiam-se nas bandas em destaque: destaque principal e destaques secundários e quais destas são portuguesas. Analisa-se ainda as *features em destaque* – chamadas à capa que as publicações consideram importantes.

A escolha destas variáveis justifica-se pela importância que as capas de revistas representam como primeiro catalisador da atenção e decisão do consumidor relativamente à aquisição destas publicações. Pretende-se também verificar a existência de uma agenda global e o destaque dado a bandas portuguesas.

Na segunda etapa, as variáveis em análise são: entrevistas, críticas de álbuns, críticas de concertos, crónicas e reportagens, fazendo-se sempre a enumeração das bandas portuguesas referidas em cada uma dessas variáveis.

Pretende-se, assim, verificar a importância que estes conteúdos representam na estrutura geral das revistas e, mais uma vez, verificar o destaque dado a bandas portuguesas.

Entrevistas exploratórias e semi-estruturadas

Segundo Quivy e Campehoudt (Lima, 2011:48), as entrevistas “têm como função principal revelar determinados aspetos do fenómeno estudado em que o investigador não teria espontaneamente pensado por si mesmo e, assim, completar as pistas de trabalho sugeridas pelos seus leitores”.

Foi elaborado um tronco base de questões guia, de forma a possibilitar posterior cruzamento de dados, mas, ao mesmo tempo permeável e flexível, de modo a não restringir o contributo dos entrevistados.

Na presente dissertação, as entrevistas foram fundamentais face à escassa bibliografia existente sobre o tema, nomeadamente no universo português.

Foram realizado onze entrevistas a atores do jornalismo musical, cruzando gerações. Todos os entrevistados são maiores de idade. Ver anexo.

O Mundo da Canção

A publicação MC, tal como o Som à Letra, apresentou uma evolução paulatina no que aos conteúdos diz respeito.

Inicialmente (sobretudo na edição nº1 da revista em dezembro de 1969) o que proliferava eram essencialmente letras de canções e pequenas notícias. O editorial esteve sempre presente em todas as edições, apelando à interatividade dos leitores.

Destaque, assim, para o segundo editorial, “uma cartilha chamada diálogo”, na qual se reforça que é “preciso avisar toda a gente” e “que por cada flor estrangulada há milhões de sementes a florir”. Para uma “juventude atenta”, portanto.

No segundo número começam a aparecer, ainda que timidamente, as entrevistas. “A balada é a música que não me agrada”, dizia Nuno Filipe.

Há também críticas (as primeiras!) a José Afonso e A. Correia de Oliveira.

A partir do segundo exemplar começa a figurar um perfil sobre um ícone da música pop/rock

De notar que há um espírito crítico, poderemos dizer até aguçado nesta publicação. Há uma crónica intitulada “Rimanços em Foco”, cujo título fala por si. Era de Jorge Cordeiro e referia-se aos Moody Blues.

Com o tempo, há um reforço nas entrevistas, reportagens, opinião, cada vez mais afiada, em maior quantidade, decisivamente.

O Som à Letra

A preocupação com a elaboração de um editorial mensal só se evidenciou em novembro de 2010. Tal situação denota que a evolução do *media* no que diz respeito aos conteúdos foi paulatina.

Devido à ainda parca experiência da autora da presente investigação, Irene Leite, no início, após o “batismo” do hoje *media*, a 18 de setembro de 2009, poucas foram as crónicas e reportagens. Apenas a referência ao pop camaleónico de Madonna e à música homónima dos Living in a Box.

O que se denota nesta primeira fase é o crescimento da interatividade com o público (ex: Discos pedidos no *facebook*, ver anexo) divulgação de notícias pouco desenvolvidas e o aparecimento “tímido” das primeiras rúbricas como a “seleção musical” às sextas-feiras.

Em 2010 começam a surgir os primeiros desenvolvimentos. Tal evidenciou-se em janeiro de 2010, com uma crónica mais alongada dedicada a Michael Hutchence (INXS).

Em março já começam a ser divulgados os primeiros talentos nacionais, casos dos “Pica Tumlho” e “Miso Ensemble”, “Nervo” ou “Matilha”. Nas duas últimas bandas houve direito a uma edição especial em pdf. Apesar do seu manifesto pobre design, as publicações em questão não deixam de apresentar um importante valor simbólico para este *media*. Houve em maio também destaque a três talentos emergentes: “Corsage”, “Kapput” e “Malcontent”.

Em junho iniciou-se um espaço de opinião, o primeiro de um conjunto deles, com Aristides Duarte. Foi o primeiro a apostar no *media* com o espaço “Rock em Portugal”.

Houve ainda investimento numa reportagem audio sobre Michael Jackson, um ano após a sua morte.

Em julho, destaque para a reportagem sobre os 20 anos do Rock Rendez Vous e do *live aid*.

Em agosto foi a vez de Bruno Vieira apostar no *media* com a crónica *The Indies*.

Em setembro estreiam duas rubricas: momento classic rock (David Bowie em modo rebel rebel), momento super pop (com Blondie), momento chill out (Angie com The Rolling Stones).

Em outubro aparece a primeira crítica a concerto com Steve Hackett na Aula Magna (22/10/10). Estreia a rubrica Dança do Som com os Blood Red Shoes, retro star com os Ban.

Em novembro o Som à Letra começou a fazer ainda que timidamente crítica a álbuns, como The Dark Side of The Moon (Pink Floyd). Partilhou-se ainda a edição 0 do Som à Letra.

Em dezembro entra António Jorge para a equipa do *Som à Letra*, com o espaço You Got Mail, até hoje. Depois foi sempre a somar artigos, sobretudo nas crónicas (ver anexo)

A análise comparativa

No primeiro ano de ambas as publicações (Scratch Magazine, 2009; Mundo da Canção, 1969), a crítica de álbuns foi mais dinâmica no Mundo da Canção, com críticas a nomes como José Afonso, A. Correia de Oliveira, Pop Five Music Incorporated, ou Paulo de Carvalho.

A *Scratch Magazine*, por sua vez, apenas fez críticas a dois clássicos álbuns. Curiosamente um nacional: “10.000 anos depois entre Vénus e Marte” e outro internacional (Dark Side of the Moon).

No ano I do MC não houve quaisquer críticas a concertos, enquanto na SM houve um certo dinamismo a partir de outubro de 2010. Desde Steve Hackett, Joe Satriani, Barclay James Harvest, Tindersticks.

No ano I de ambas as publicações pode-se referir que houve uma considerável aposta nas crónicas, cujo reforço quantitativo foi paulatino.

Na SM, por exemplo 2010 foi o ano em que se começaram a idealizar categorias para crónicas, casa do momento classic rock, momento super pop. Aliados ao aparecimento das primeiras crónicas. O Rock em Portugal com Aristides Duarte, em julho de 2010, The Indies com Bruno Vieira, em Agosto de 2010, ou You Got Mail com António Jorge em dezembro de 2010.

Tabela 4- Crónicas Ano I SM e MC

Ano	Crónica	Mês	Nº	Crónica
2009		Setembro		
	Madonna	Outubro		
	Living in a Box	Novembro		
		Dezembro	1	
2010	Michael Hutchence (INXS)	Janeiro	2	Perfil : Manuel Freire
		Fevereiro	3	Rimanços em foco
	Pica Tumlho	Março	4	Moody Blues
	Miso Ensemble	Abril	5	Tempo Zip : Novo programa da rádio portuguesa
	Corsage Maria Clementina	Mai	6	Joan Baez
	Espaço Rock em Portugal	Junho	7	Moody Blues
	Mike Patton Paus Slimmy Rock em Portugal	Julho	8	Up with People Amália Da canção como objeto de consumo Simon and Garfunkel
	Espaço the indies Espaço Rock em Portugal Thomas Anahory	Agosto	9	Festival da Canção da Figueira da Foz Jethro Anderson Tull Sobre festivais nacionais , manifestações comerciais e outros que tais Jean Manuel Serrat: História de um homem livre
	Ian Curtis: o senhor que morreu jovem The Wall no momento classic rock	Setembro	10	O ye ye de Roberto e a música de Gil Caetano e Gal A canção a meia voz O Rock (expressão de uma época)
	Drive com Cars Franz Ferdinand António Variações: eterno vanguardista	Outubro	11	Deja vu ou a musica que se vai dessacralizando Paulo de Carvalho
	Cream Human League Peter Murphy Strokes Homem Tigre (Legendary Tigerman) Movimento Alternativo Rock Hurts Go Graal Blues Band	Novembro	12	Da canção portuguesa Algo sobre discos
	Jorge Palma Iggy and the Stooges Altered Images MGMT Tantra Deolinda Janis Joplin	Dezembro	13	Pop em Portugal Prémio Pozal Domingues 1970 ou desacerto da escolha Creedence Clearwater Revival

O MC, por sua vez, sempre com uma perspetiva muito crítica em relação à música, quer a nível nacional , quer a nível internacional . De destacar as crónicas assinadas por Jorge Cordeiro ou Tito Lívio.

A influência da cultura francesa que Avelino Tavares teve nos seus tempos de estudante foi replicada na sua revista.

Os casos de Jean Manuel Serrat, Melanie ou George Brassens. Mas os estilos de música abordados e as nacionalidades das bandas/músicos era bastante eclética. Desde The Kinks, Rolling Stones , Bob Dylan, Simon and Garfunkel ou até Música Popular Brasileira (MPB) dando relevo inclusive ao *Ye Ye* de Roberto e a música de Gil, Caetano e Gal.

No ano I da SM só houve apostas em três entrevistas: Mob of God, Malcontent ou The Mystery Artist.

Já o MC teve mais variedade ao longo do seu primeiro ano de atividade como a efetuada a Nuno Filipe (a balada é a música que não me agrada), Filarmónica Fraude , Vieira da Silva , Rita Olivaes.

De reportagens do MC destaque para os convívios MC e na SM destaque para a audio-reportagem sobre Woodstock, o perfil áudio sobre Michael Jackson, um ano após a sua morte, ou a reportagem sobre o *Live Aid* e *Rock Rendez Vous*.

Tabela 5-Reportagens Ano I SM e MC

Análise do 1º ano do Som à Letra / Ano de 2010		Mês	Análise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970	
Reportagem			Nº	Reportagem
Áudio-woodstock	Setembro			
	Outubro			
	Novembro			
	Dezembro	1		
	Janeiro	2		
	Fevereiro	3		Convívio MC
Dia Nacional dos Centros Históricos	Março	4		
Nervo: Mais uma banda a navegar no MAR; Um grupo com garra no Rock em Língua de Camões	Abril	5		
Matilha : com Portugal na Voz, o grupo quer marcar território nos palcos				
Kapput um grupo no "caminho certo"	Maio	6		Convívio MC
Audio "Michael Jackson" morte há 1 ano	Junho	7		
Rock Rendez Vous fechou há 20 anos	Julho	8		
Live Aid o mundo uniu-se há 25 anos				
	Agosto	9		
	Setembro	10		
	Outubro	11		
	Novembro	12		
Janis Joplin	Dezembro	13		

Tabela 6-Críticas a Concertos Ano I SM e MC

Analise do 1º ano do Som á Letra / Ano de 2010		Analise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970	
Crítica concerto	Mês	Nº	Crítica concerto
	Setembro		
	Outubro		
	Novembro		
	Dezembro	1	
	Janeiro	2	
	Fevereiro	3	
	Março	4	
	Abril	5	
	Maio	6	
	Junho	7	
	Julho	8	
	Agosto	9	
	Setembro	10	
Steve Hackett na Aula Magna (22/10/10)	Outubro	11	
Guitarras ao alto na Invicta (Joe Satriani)	Novembro	12	
Barclay James Harvest em concerto			
The Walkmen no coliseu de Lisboa			
Vampire weekend no casmpo pequeno (10/11/10)			
Tindersticks (27/10/10)			
30 seconds to mars no Pavilhão atlântico (16/12/10)	Dezembro	13	
Deftones @ Campo Pequeno (01/12/10)			

Tabela 7-Entrevistas Ano I SM e MC

Análise do 1º ano do Som á Letra / Ano de 2010		Análise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970	
Entrevista	Mês	Nº	Entrevista
	Setembro	1	
	Outubro		
	Novembro		
	Dezembro		
	Janeiro	2	Nuno Filipe “a balada é a música que não me agrada”
			Pop Five Music Incorporated Anti-entrevistado e entremirado
	Fevereiro	3	Filarmónica Fraude
			Vieira da Silva
	Março	4	Rui Mingas
			Manuel Freire
Mob of God : “ A única coerência que procuramos é guiada pelo nosso gosto e democracia dentro da banda”	Abril	5	Patxi Andion “a minha realidade é a das sombras”
Malcontent “é possível fazer boa musica”; um grupo apaixonadamente sónico	Maio	6	José Barata Moura
			Lee Lynch e Julie Rodgers
			Deniz Cintra
	Junho	7	Hugo Maia de Loureiro
			António Bernardino
			Wallace Collection
	Julho	8	Rita Olivaes
	Agosto	9	
The Mistery Artist: O mistério, o palco, as vivências	Setembro	10	
	Outubro	11	
	Novembro	12	
	Dezembro	13	

Análise de conteúdo quantitativa

Corpo de análise e amostra:

A análise centra-se na comparação entre as revistas Mundo da Canção e Scratch Magazine em termos de estrutura de conteúdos e destaques da primeira página, focando a atenção em bandas, artistas e concertos portugueses.

Analisou-se os primeiros dois anos de cada revista, isto é de 1969 (dezembro) a 1971 (dezembro), 2009 (setembro), 2011 (dezembro).

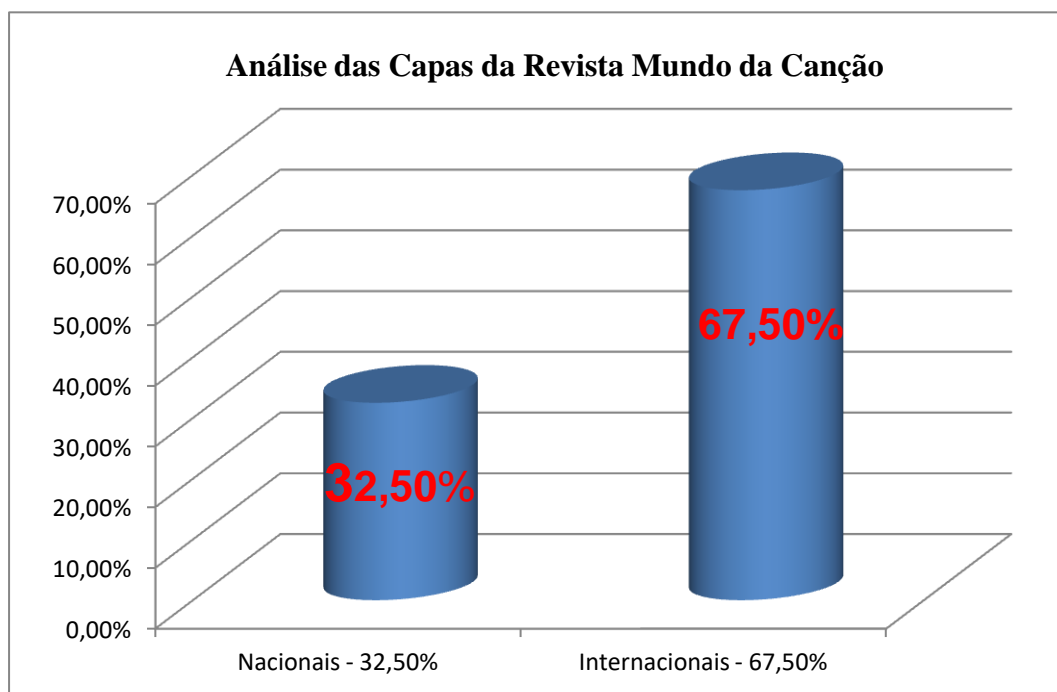


Gráfico 1-Análise das capas do Mundo da Canção

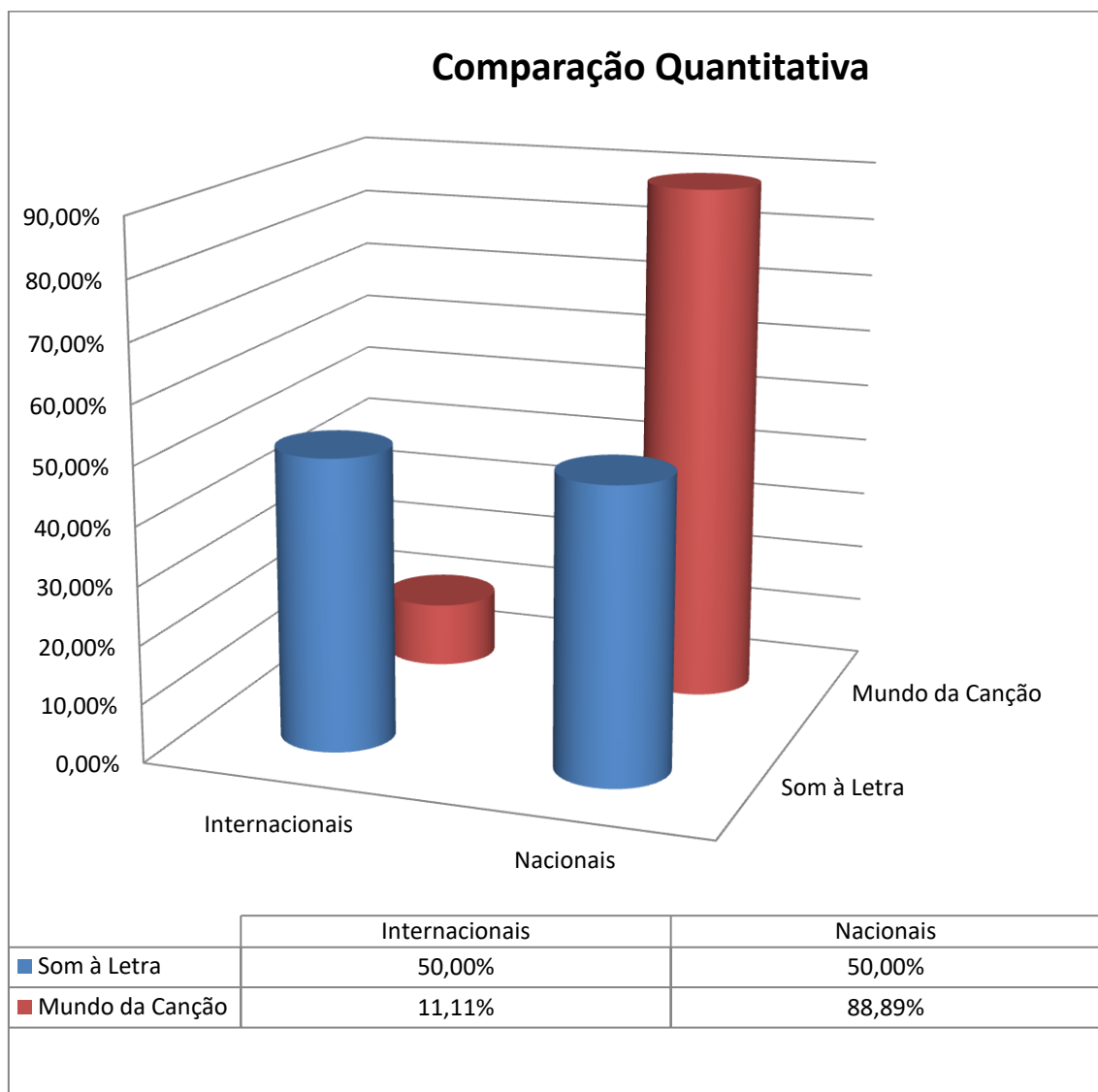
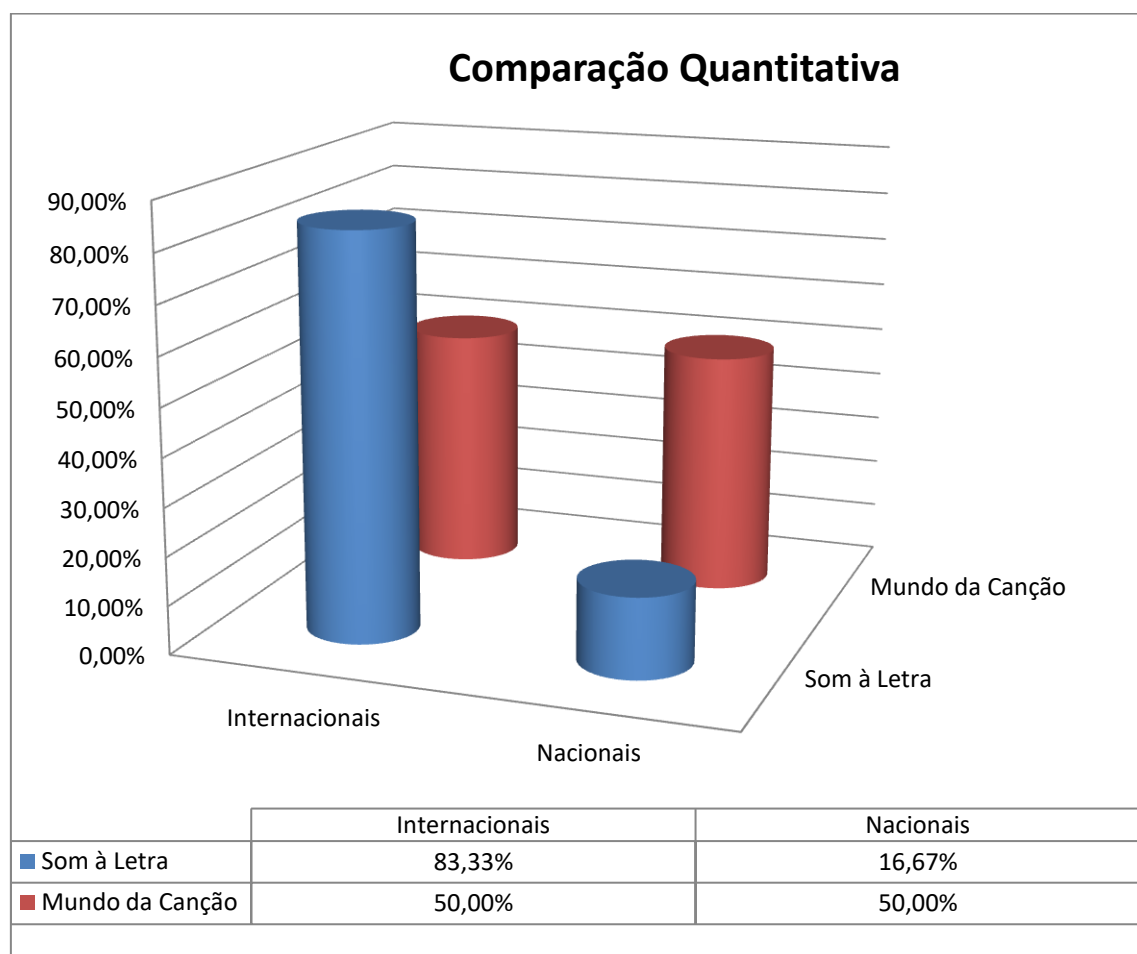


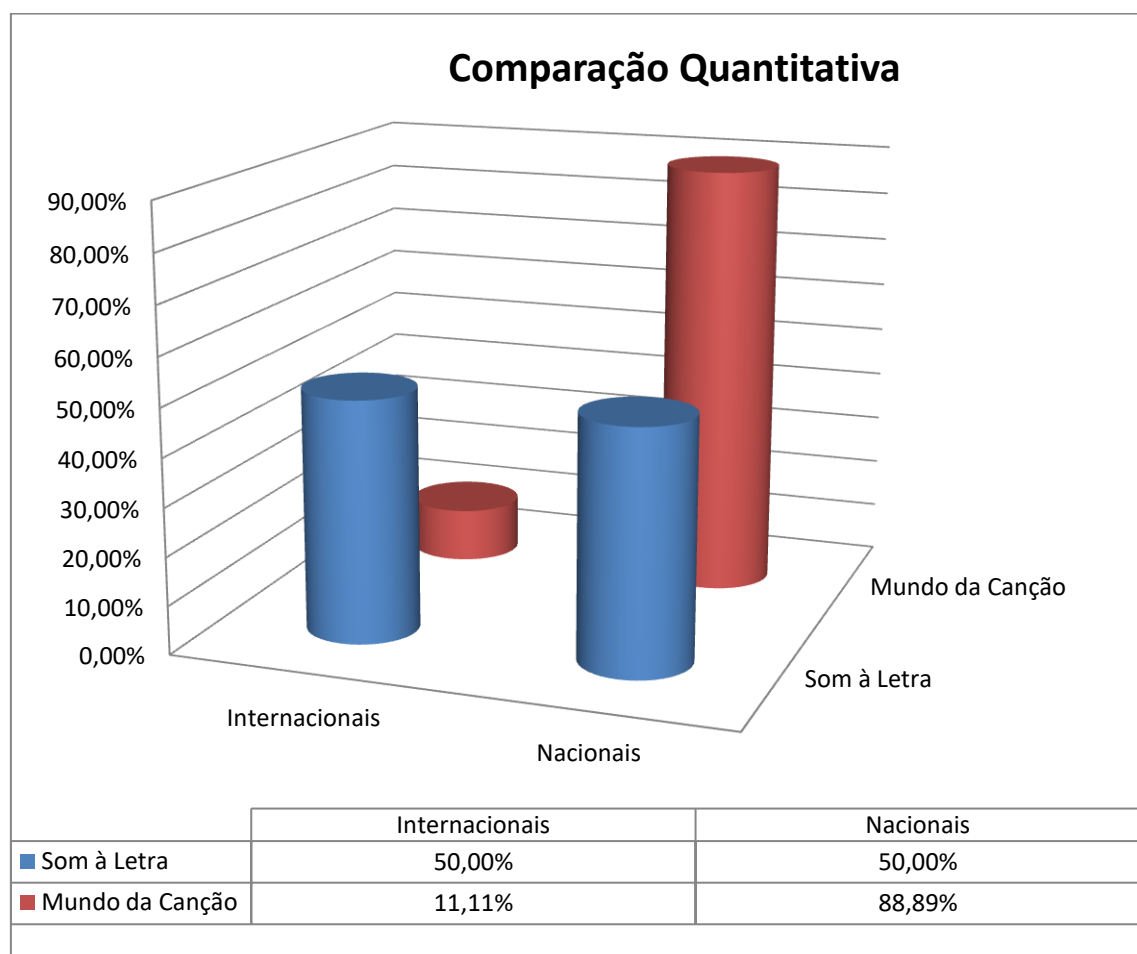
Gráfico 2-Comparação Quantitativa das Críticas a álbuns MC e Som à Letra Ano I

Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 9 críticas a álbuns e no Som à Letra foram realizadas 2 críticas a álbuns



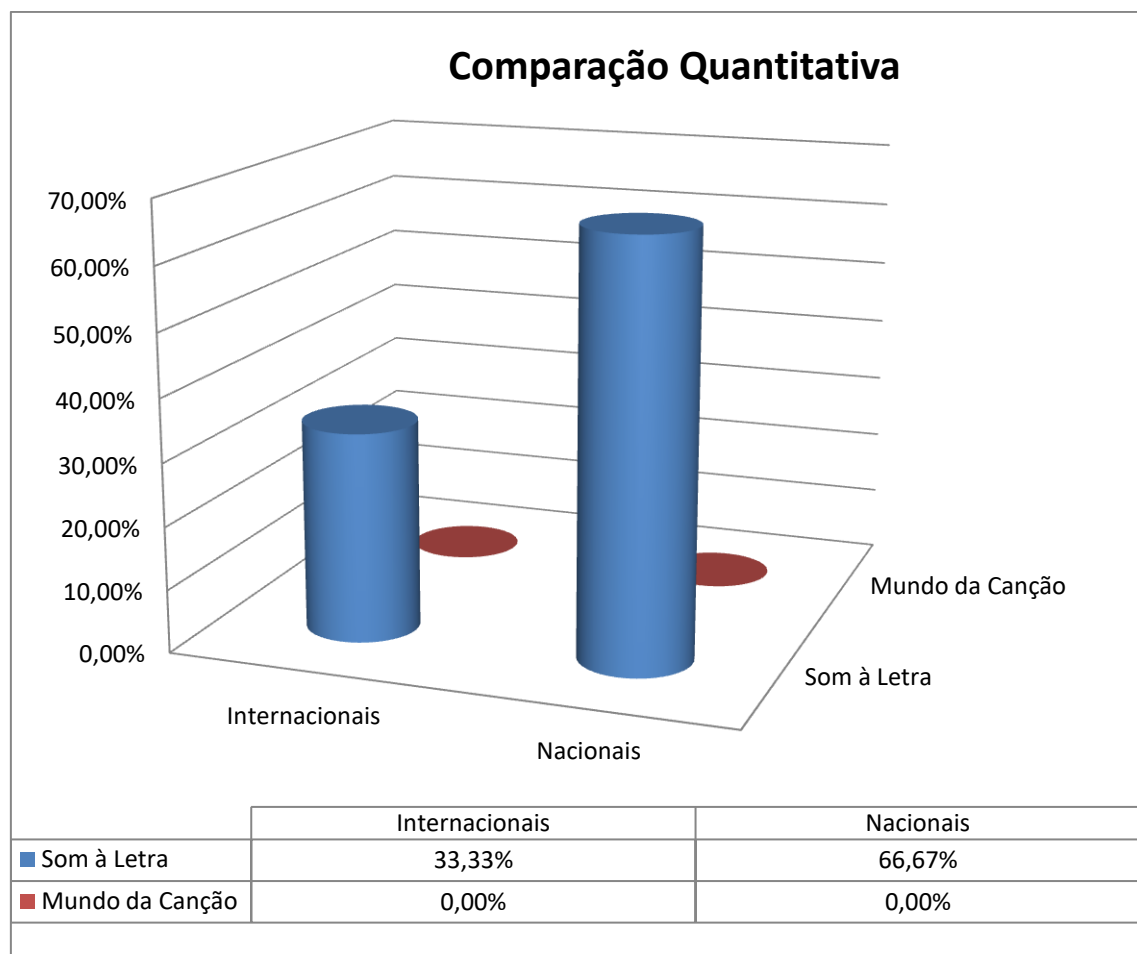
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 22 críticas a álbuns e no Som à Letra foram realizadas 12 críticas a álbuns

Gráfico 3-Comparação Quantitativa das Críticas a álbuns MC e Som à Letra Ano II-



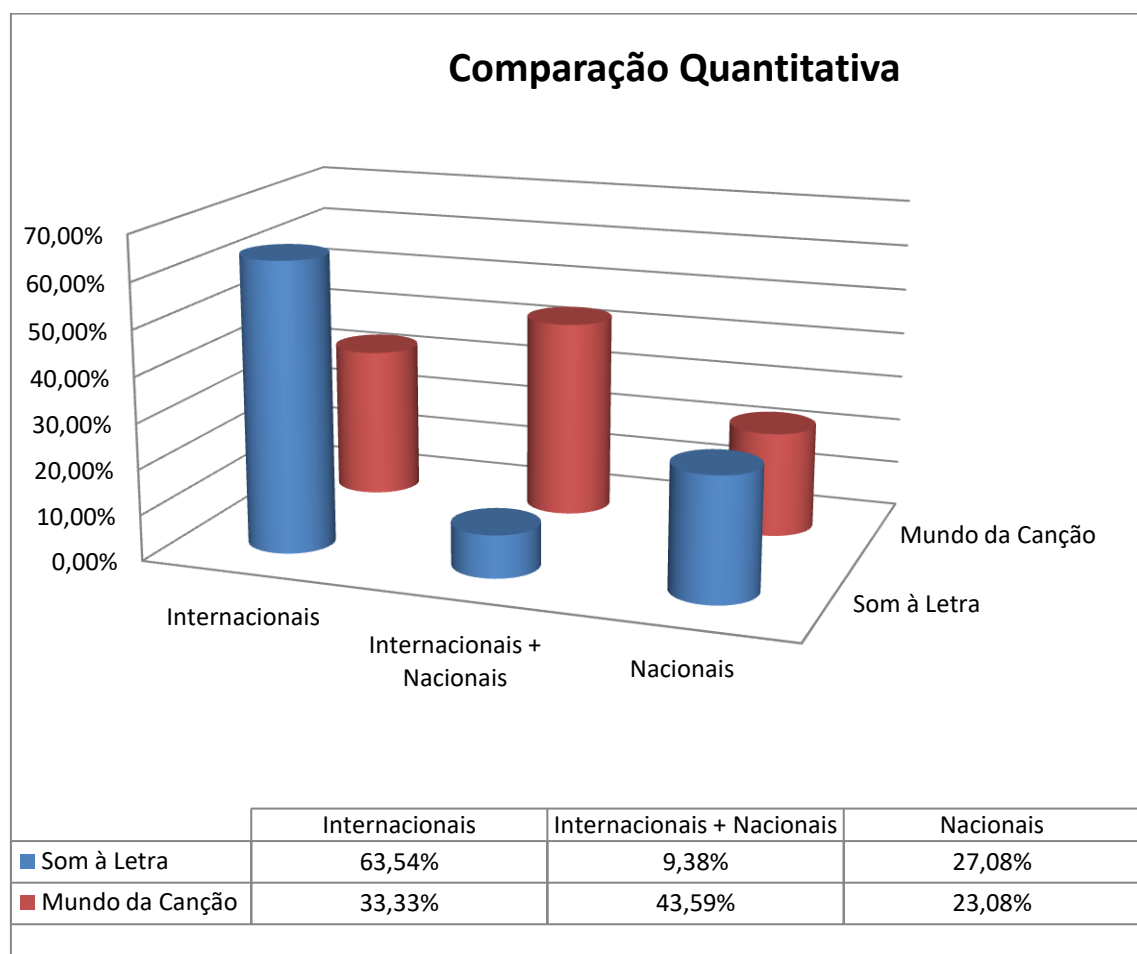
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 9 críticas a concertos e no Som à Letra foram realizadas 2 críticas a concertos

Gráfico 4--Comparação Quantitativa das críticas a concertos MC e Som à Letra Ano I



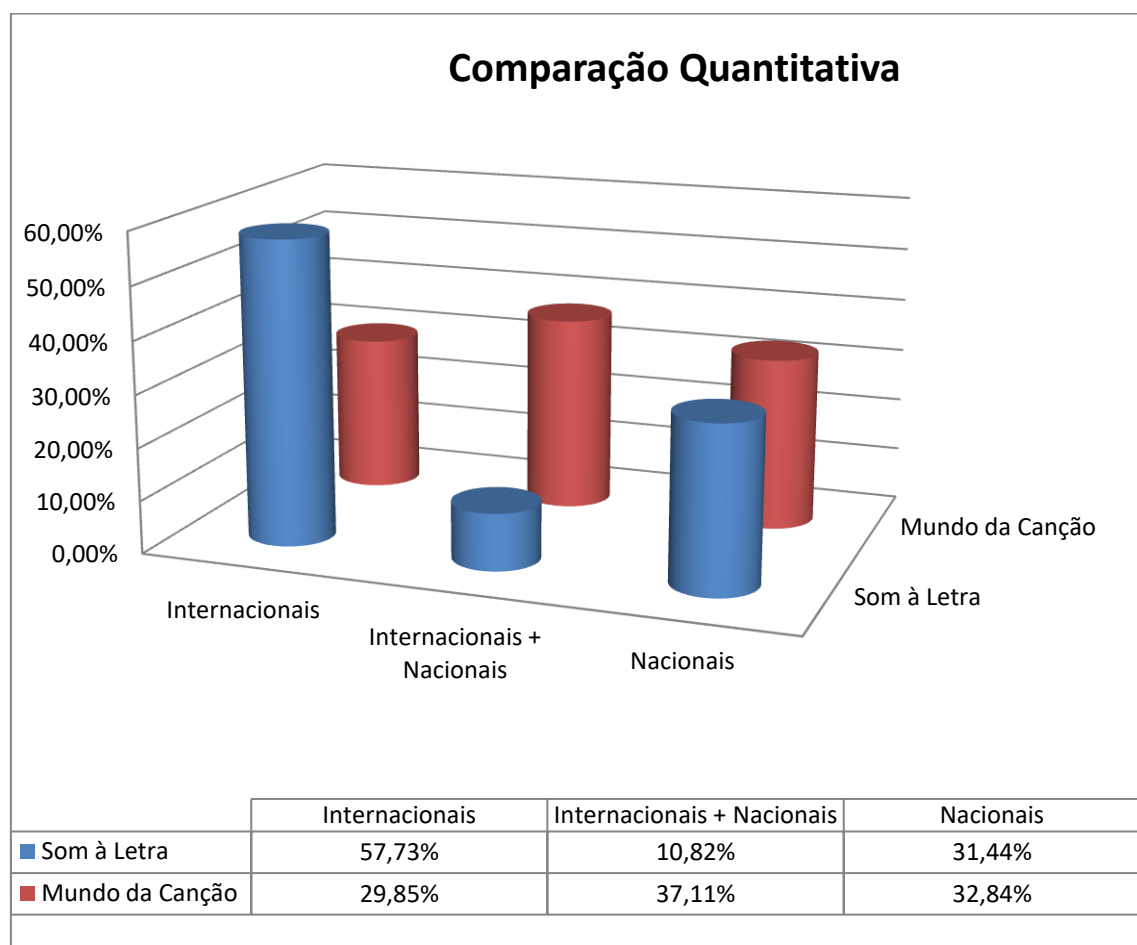
Nota : No Mundo da Canção não foi realizada nenhuma critica a concertos e no Som à Letra foram realizadas 3 críticas a concertos

Gráfico 5-Comparação Quantitativa das Críticas a concertos MC e Som à Letra Ano II



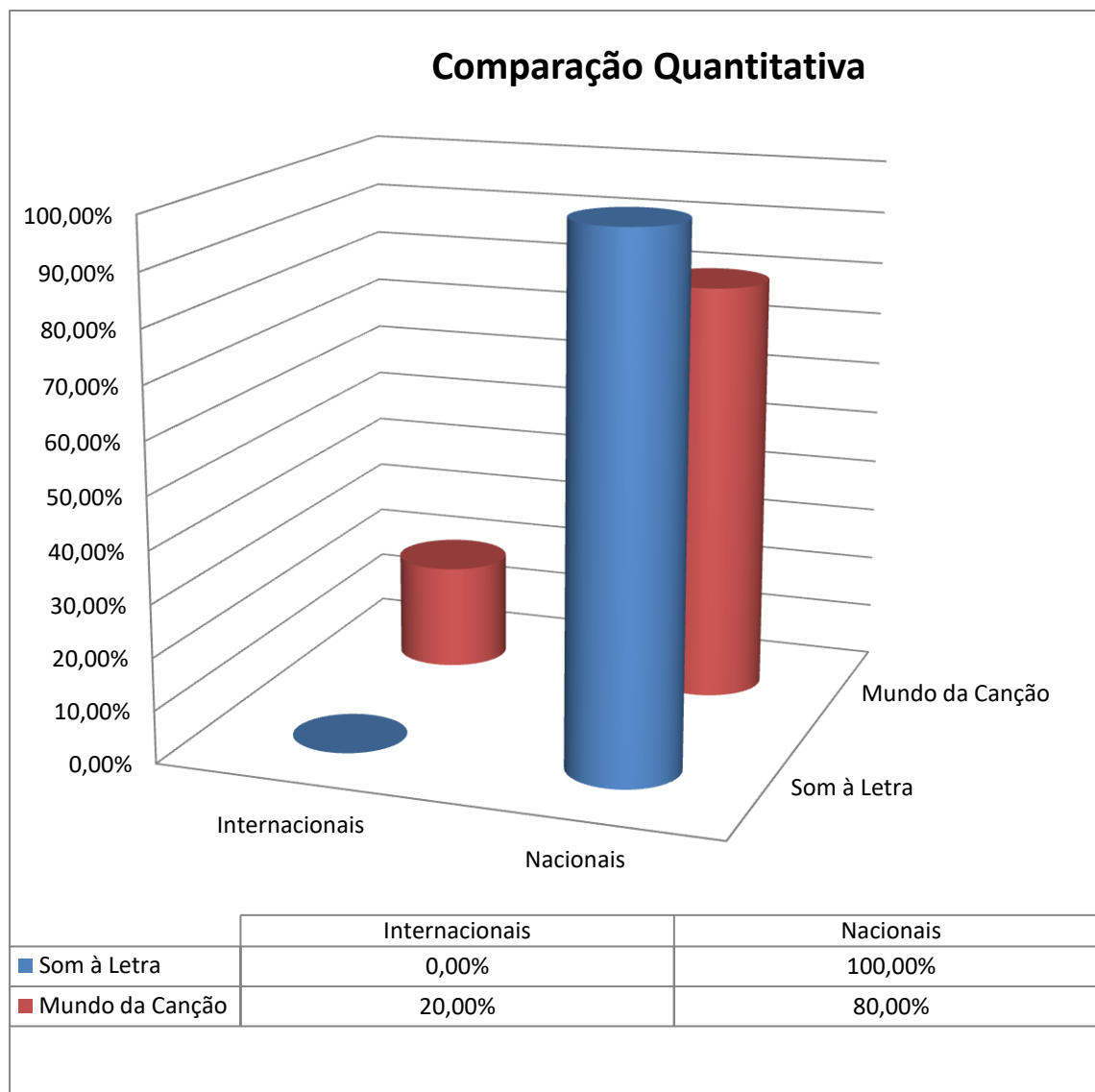
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 39 crónicas e no Som à Letra foram realizadas 96 crónicas

Gráfico 6--Comparação Quantitativa das Crónicas MC e Som à Letra Ano II



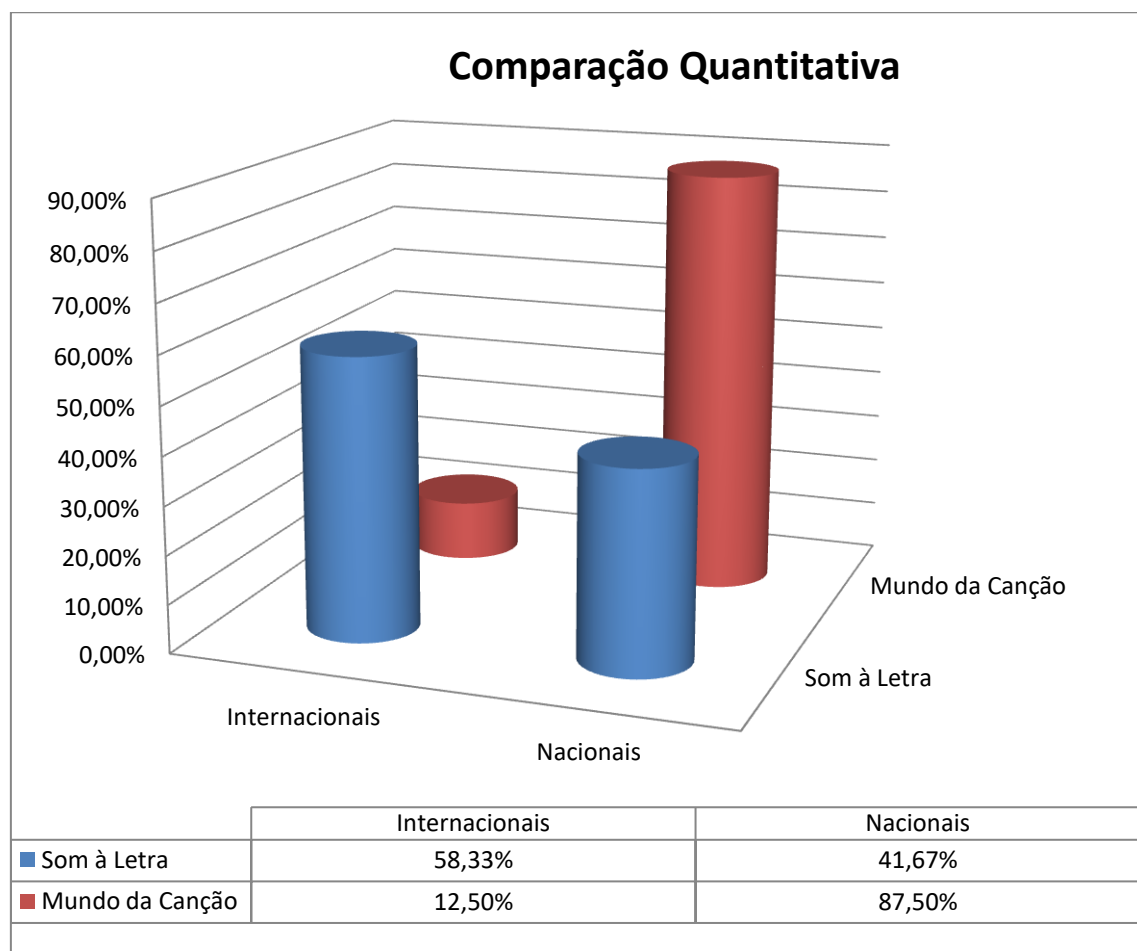
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 67 crónicas e no Som à Letra foram realizadas 194 crónicas

Gráfico 7-Comparação Quantitativa das Crónicas MC e Som à Letra Ano II



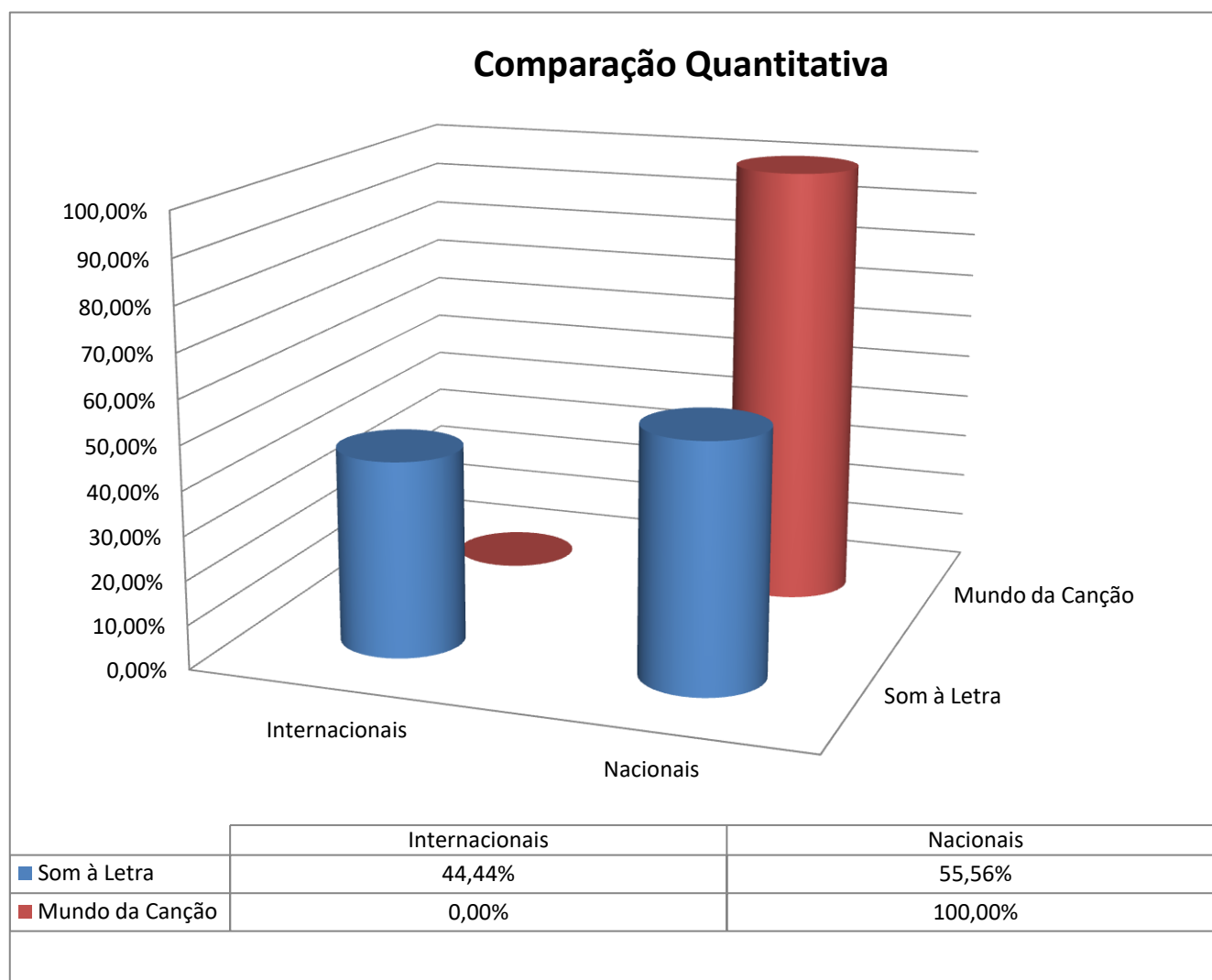
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 15 Entrevistas e no Som à Letra foram realizadas 3 Entrevistas nacionais

Gráfico 8-Comparação Quantitativa das entrevistas MC e Som à letra Ano I



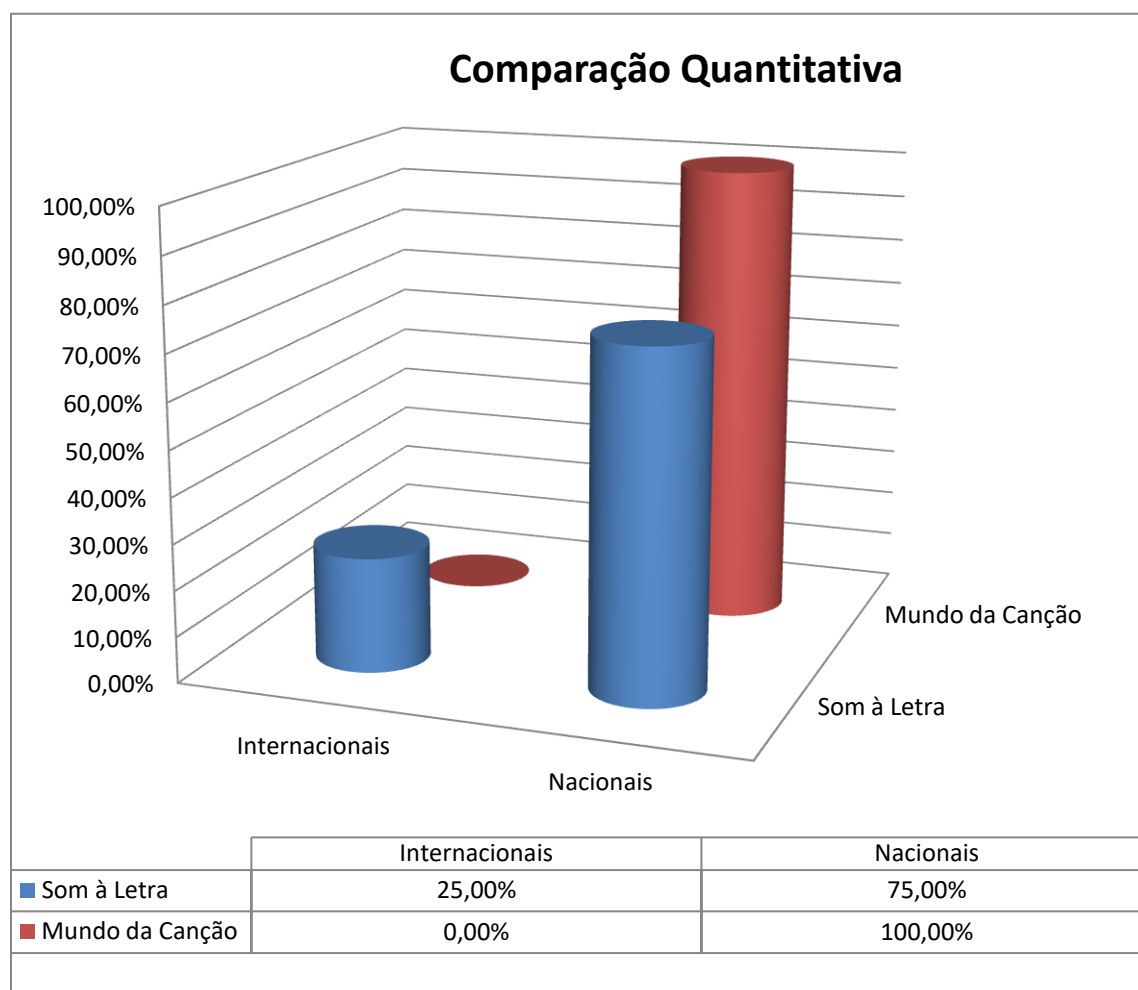
Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 15 Entrevistas e no Som à Letra foram realizadas 12 Entrevistas

Gráfico 9-Comparação Quantitativa das entrevistas MC e Som à Letra Ano II



Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 2 Reportagens (Convívio do Mundo da Canção) e no Som à Letra foram realizadas 9 Reportagens

Gráfico 10-Comparação Quantitativa das Reportagens MC e Som à Letra Ano I



Nota : No Mundo da Canção foram realizadas 2 Reportagens e no Som à Letra foram realizadas 4 Reportagens

Gráfico 11-Comparação Quantitativa das Reportagens MC e Som à Letra Ano II

4. Media digitais e modelos de negócio: o dilema

Filion (2000) constata que “o empreendedor é uma pessoa criativa, caracterizada pela capacidade de estabelecer e alcançar objetivos. Ele deve-se manter constantemente informado a fim de detetar novas oportunidades”. À medida que se informa sobre novas oportunidades e toma um conjunto de decisões moderadamente arriscadas, ele estará a preencher um papel inovador”. (citado por Ribeiro:9)

A internet, com o seu largo espectro de alcance a baixo custo, tem permitido o desenvolvimento de um diversificado conjunto de empreendimentos dos quais o jornalismo não foge à regra.

Apesar do contexto de crise, nunca foi tão fácil criar um *media*.

“Alguns sites noticiosos não emergem de organizações noticiosas estabelecidas, mas nascem das mentes e esforço dos indivíduos ou grupos pequenos. Os sites noticiosos são produzidos pelas mais variadas razões. (Stovall, 2004:26) Neste sentido, a web retorna aos inícios da República, quando um único responsável editorial poderia começar um jornal e expor o seu ponto de vista, No entanto, produzir e sustentar esse respetivo jornal é muito menos dispendioso e mais rápido do que antigamente” (Ibidem)

E a prova desta realidade está no nascimento de um já considerável número de publicações digitais, como o Ponto Alternativo²⁵, a Rua de Baixo²⁶, *My way*²⁷, ou a ambiciosa *Punch Magazine*²⁸. “Queremos ser a *Pitchfork* portuguesa: um site em quem os leitores podem confiar e onde podem encontrar novas músicas, todos os dias”, explicavam os mentores do projecto em entrevista à Briefing. “A nossa linha editorial vai desde o Pop ao Alternativo, do Indie ao Electrónico, do Lo-Fi às novas tendências”, refere um dos mentores do projeto, João Pacheco. “A ideia é falarmos de coisas novas, divertidas e diferentes. Costumamos dizer, entre nós, ‘Nem tão comercial, nem tão alternativo’ em jeito de lema”, conclui²⁹.

Apesar de trabalharem com nichos, as publicações (já acolhidas no seio da web 2.0) estão de boa saúde e com interatividade com os leitores, a partir de redes sociais como o *facebook*.

As rádios online são outro fenómeno: se nos anos 80 tínhamos a explosão das “rádios piratas”, em pleno século XXI temos as rádios “internautas”, não necessariamente piratas e que interagem diariamente com os leitores. São disso exemplo a Rádio

²⁵ <http://pontoalternativo.com/>

²⁶ <http://www.ruadebaixo.com/>

²⁷ <http://myway.pt.msn.com/>

²⁸ <http://punchmagazine.net/>

²⁹ Punch Magazine, Um murro à preguiça, disponível em http://www.briefing.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=13044:punch-magazine-um-murro-a-preguica&catid=70:joomla&Itemid=57

Alternativa³⁰, a Viva 80' a Rádio Cruzeiro, ou a Rádio Antena Web³¹. Regressam, assim, em alternativa aos meios de comunicação tradicionais, numa aposta de conteúdos livre e diversificada

De referir também que já começam a surgir apostas para conteúdos em ipad, iphone, evoluções tecnológicas actualmente em voga. A título de exemplo, o projeto My way lançou aplicações para iphone e android. “Com um investimento de cerca de 200 mil euros, as novas aplicações, que já estão disponíveis de forma gratuita na *App Store* e no *Android Market*, foram desenvolvidas pela equipa Waymedia com o apoio de uma empresa norte-americana, tendo representado um dos maiores investimentos realizados pela empresa³²”.

No entanto, encontrar autonomia financeira para os sites noticiosos é um grande desafio.

” Sites personalizados raramente produzem receita que sustente o produtor de notícias num regime a tempo inteiro. Raramente, inclusive produzem qualquer tipo de retorno financeiro . No entanto, eles oferecem oportunidade aos produtores de conteúdo para ‘quebrar a barreira’ que os *media* tradicionais tinham na comunicação com largas audiências e na definição do próprio jornalismo”. (Stovall, 2004:26)

Para Zamith (2007), “mais do que um desinteresse primário pelo novo meio, e pelas suas tremendas potencialidades ciberjornalísticas, estaremos perante, provavelmente, um compasso de espera dos empresários do sector, e não creio que hesitarão em investir na internet se se aperceberem de que outros estão a ter sucesso. Esse investimento, no entanto, terá de ser direccionado para várias áreas e não concentrado numa ou duas” (citado por Bastos, 2010:182).

Salaverria (2006) constata que há pelo menos quatro incógnitas ou desafios a enfrentar: a exploração de novas linguagens jornalísticas para aproveitar as possibilidades comunicativas da rede; a consolidação de novos *standards* profissionais para o exercício do ciberjornalismo; a instauração de modelos de negócio sustentáveis na internet; a formação dos jornalistas no uso das novas tecnologias” (citado por Bastos, 2011:158)

Com efeito, a questão do modelo de negócio para a internet persiste. Pago, gratuito? Mecenato, publicidade, ou *crowdfunding*?

É complicado encontrar um modelo “standardizado” fora dos grandes grupos de *media*. A tendência para a comercialização dos conteúdos é crescente. “Como grande alternativa ao pagamento pelo acesso aos conteúdos, desenvolve-se a estratégia do portal, que se apoia na reorganização dos fluxos de tráfego de informação. O objectivo é atrair uma massa crítica suficientemente atractiva para o comerciante e criar fluxos de tráfego comercial” (Bastos, 2011:140)

“Novas fórmulas, como a venda de conteúdos a terceiros, a comercialização de produtos e o incremento de valor do portal, somam-se a velhos modelos de negócio como o pagamento pelo conteúdo, a venda de classificados e as alianças e sinergias empresariais” (Torres e Amérgos citado por Bastos, 2010:140).

³⁰ <http://www.radioalternativa21.com/>

³¹ <http://radioamplitude.com/>

³² My way lança apps para iphone e Android, disponível em, http://www.briefing.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=11104:myway-lanca-apps-para-iphone-e-android&catid=35:marketing&Itemid=54

A publicidade constitui a estratégia mais evidente de tentativa de autonomização financeira dos *websites*, mas não é um processo fácil,” ao mesmo tempo que se assiste ao declínio dos índices de *click-through*, à proliferação de plug-ins bloqueadores de anúncios em navegadores e à queda dos preços nas tabelas publicitárias. Nalguns casos, em vez de terem apenas *banners* publicitários, disponibilizam banners animados. Outras tentativas de integração publicitária incluem a utilização de imagens comerciais e de mensagens como “papel de parede” para páginas com conteúdos noticiosos, a colocação de patrocinadores comerciais no espaço dos títulos das secções, a colocação de um ecrã de publicidade entre os links que ligam um título ao corpo da notícia e a oferta de anúncios *rich media*” (Scoott, citado por Bastos, 2010:141).

As formas básicas de financiar um *media online* traduzem-se na publicidade, patrocínio, e a cobrança de serviços e subscrições. “Também há diários digitais que vendem conteúdos informativos, textuais e gráficos, a portais ou outros meios de informação, actividade muito frequente no jornalismo desportivo “ (Bastos, 2010:141).

Valcarce e Marcos (2004) resumizam sete modelos de negócio de comercialização informativa *online*: integralmente gratuita, subscrições gratuitas, pagamento parcial ou por níveis de acesso, existência de duas versões (uma paga e outra gratuita), pagamento total, pagamento segundo horário e venda de informação a terceiros”. (ibidem)

Para Paulo Querido, o modelo dominante é a da venda da atenção dos leitores a anunciantes. “Se o preço da publicidade cai, a única forma de sustentar um jornal/marca jornalística é aumentar a exposição (o número de páginas, contactos, horas de atenção do consumidor) e diminuir os custos de produção (despedir jornalistas e funcionários em fim de carreira ou de baixa produtividade).”³³.

“Perguntem a um jornalista o que prefere: ficar num grupo de massas para aviar e curar conteúdo indistinto ao metro, sonhando com a posição social de que a classe outrora beneficiou, ou libertar-se, levar o seu conhecimento (e as fontes) de um nicho, focar nele as suas atenções e usar as ferramentas digitais, com vista a explorar o microcosmos que a Internet torna economicamente viável?”³⁴.

O caminho não é fácil, mas já começam a ser discutidas formas de tornar viável o jornalismo *online*, como independente (e de qualidade) produção. Efetivamente, existem “diversas formas de operar um negócio de conteúdos. Há formas de lucrar com jornalismo de qualidade sem que o consumidor pague um tostão directamente por ele”³⁵.

A aplicação do modelo de negócio (qual a melhor opção?) é que continua em aberto, gerando cenários alternativos. A junção de esforços, por exemplo, está na base do projeto Punch Magazine. “Para criar a revista recorreremos ao *networking*. Numa altura de crise há muita mão-de-obra parada, a querer criar portefólio e gerar mais-valias. Se conhecemos bons *designers*, bons jornalistas, bons produtores de vídeo e bons gestores, porque não juntar todo este capital humano e criar um projeto sólido e auto-sustentado?”³⁶, refere ao Briefing João Pacheco.

³³ QUERIDO, Paulo, A economia do jornalismo é efectivamente muito simples, <http://comunidade.xl.pt/CMJornal/blogs/ondasnarede/archive/2011/02/02/a-economia-do-jornalismo-e-efetivamente-muito-simples.aspx>

³⁴ QUERIDO, Paulo, A economia do jornalismo é efectivamente muito simples, <http://comunidade.xl.pt/CMJornal/blogs/ondasnarede/archive/2011/02/02/a-economia-do-jornalismo-e-efetivamente-muito-simples.aspx>

³⁵ QUERIDO, Paulo, Os conteúdos online dos jornais portugueses devem ser pagos pelo leitor? E outros equívocos, <http://comunidade.xl.pt/CMJornal/blogs/ondasnarede/archive/2011/01/28/os-conteudos-online-dos-jornais-portugueses-devem-ser-pagos-pelo-leitor-2D00-e-outros-equivocos.aspx>

³⁶ Punch Magazine, Um murro à preguiça, disponível em http://www.briefing.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=13044:punch-magazine-um-murro-a-preguica&catid=70:joomla&Itemid=57

Modelo de negócio rentável para o digital?

Perspetivas de Caio Túlio Costa

No estudo, "Um modelo de negócio para o jornalismo digital; Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado" o autor (Costa, 2014) parte de uma temporada passada em 2013 na Columbia University, Graduate School of Journalism, em Nova Iorque, sob a função de Visiting *Research Fellow*, devido a uma bolsa de estudos de pós-doutoramento. A pesquisa apresenta uma possível estratégia para as empresas jornalísticas formatarem um modelo de negócio rentável para o digital. "Para tanto, descreve a cadeia de valor do negócio tradicional da imprensa e reelabora-a conforme a realidade da comunicação no negócio digital". (Costa, 2014:53)

A investigação vai ainda mais longe. "Diagnostica o problema geracional que atrapalha o desenvolvimento de produtos na plataforma digital (nativos analógicos versus nativos digitais). Situa as empresas no ambiente disruptivo do jornalismo pós-industrial-conforme conceito desenvolvido pelo Tow Center (Columbia University). Alinha os problemas que as empresas jornalísticas enfrentam com gigantes como o facebook e google , além de sugerir como lidar com eles. Detalha os desafios na questão dos investimentos em tecnologia" (Costa, 2014:53)

A investigação desenha ainda como as empresas devem abraçar as redes sociais e explica como estão a acontecer as mudanças na produção de conteúdos para adequá-los à nova realidade digital. Há ainda o enfoque nas *paywalls* (cobrança de assinatura dos conteúdos) e injeta um terceiro elemento considerado fundamental na estratégia: a produção de serviços de valor adicionado, num movimento que transforma a tradicional empresa de informação numa empresa de serviços.

Com efeito, a era gloriosa de Gutenberg tem os dias contados. Assente na publicidade e na venda dos jornais, tornou-se praticamente obsoleta com a revolução digital. Um exemplo desta realidade é o caso do New York Times, que em 2012 viu a sua receita cair. Um problema que de uma forma ou de outra atinge a indústria tradicional, em especial os jornais. "Cortes de custos, queda do faturamento com publicidade, perda de leitores e diminuição do tamanho vem sendo uma constante neste negócio nos últimos anos -desde a emergência das novidades trazidas pela tecnologia e pela comunicação em rede" (Costa, 2014:54)

"No exemplo do *New York Times*, o que era valor, principalmente em relação à publicidade impressa, perdeu quase dois terços da sua força em 12 anos. A queda das receitas com publicidade foi de 64%. Os concorrentes da mídia digital esmagaram principalmente as receitas provenientes dos anúncios classificados". (Costa, 2014:54)

A situação melhorou em 2011 com a criação de uma *paywall*. Mas os erros prosseguiram. "Primeiro, publicaram em seus sites a mesmíssima produção de conteúdo jornalístico. Segundo, rechearam essa produção com publicidade (ou o que restava dela) e terceiro, a distribuição do produto passou a ser feita por meio da comercialização das assinaturas digitais". (Costa, 2014, 54)

Tornar o digital rentável é uma questão complexa, até porque neste novo ambiente internauta há uma nova cadeia de valor. Fala-se inclusive em jornalismo pós industrial. Antes, na era industrial, havia um bom negócio de distribuição.

"Do final do século XX para cá, apareceram empresas de telecomunicações , buscadores , portais , agregadores, desenvolvedores de software e fabricantes de sofisticados aparelhos tecnológicos para virar de ponta-cabeça o velho negócio da venda de informação. Sem falar no público que se acostumou (ou mal acostumou-se), no dizer dos jornais) a consumir informação de graça e se tornou ele próprio , além de produtor , um distribuidor. Melhor, superdistribuidor de informação. (Costa, 2014:57)

Em primeiro lugar, Costa (2014) identifica um problema geracional que precisa de ser compreendido. Tal problema envolve conceitos como nativos digitais e nativos analógicos.

Nativos digitais vs Nativos analógicos

“Os nativos analógicos são todos aqueles que eram adultos nos anos 90 do século passado. A sua formação é absolutamente livresca. Os nativos analógicos são pessoas experientes, grande parte é versada na crítica. Ao buscar informação na internet os nativos analógicos preferem fontes conhecidas, as quais conquistaram credibilidade no mundo analógico”. (Costa, 2014:58)

“Os nativos digitais dominam de maneira intuitiva a internet e os aparelhos que a manipulam. Consideram-se protagonistas na internet. Tendo bastante público, algum público, ou nenhum público, não importa, eles sempre estão à vontade na rede. Conversando com os amigos, coletando informações, descobrindo aplicativos novos , jogando online ou investindo numa rede social recém lançada . Eles estão sempre atualizados em relação ao que acontece no mundo digital”. (Costa, 2014:59)

O mercado

Como já foi referido anteriormente, a *Scratch Magazine* actua na economia de bits, ou seja na internet. Isto significa que opera em pleno ambiente 2.0, livre, onde os usuários ganham força (os chamados *prosumidores*). Tudo praticamente é gratuito, sendo uma grande barreira a priori para as novas marcas que nascem exclusivamente na internet. A Scratch não é autónoma financeiramente. Se por um lado a internet, com o seu largo espectro de alcance permitiu criar facilmente um *media*, sustentá-lo é outra questão.

No momento presente, contudo, o espaço de afirmação das publicações jornalísticas de pendor alternativo é mais alto. Caso da Scratch Magazine, que nasceu em pleno “microcosmos internauta” e desenvolveu-se ao longo de “dedicados” sete anos, prolongando-se até aos dias de hoje.

A fundadora do projeto é a Irene Leite. Ela criou o jornal, porque achava necessário criar um *media* dedicado à cultura, especialmente à cultura musical, uma vez que essa área, regra geral, tem sido deixada para terceiro ou quarto plano no nosso país. (Cruz, Cátia:2017)

“Os ciberjornalistas diferem de outros seus colegas de profissão no sentido em que usam as características particulares da Internet no seu trabalho diário: multimédia, interatividade e hipertexto. O ciberjornalista tem, consequentemente, de tomar decisões sobre qual o formato ou formatos de *media* que melhor se adaptam a uma determinada estória (multimédia), de considerar opções que permitam ao público responder, interagir ou mesmo personalizar certas

estórias (interatividade), e pensar nas maneiras de relacionar a estória com outras estórias, arquivos, e outros recursos através de hiperligações (hipertexto)”. (Bastos, 2005:2)

No entanto, a perspectiva de independência na abordagem e canonização musical é mais intensa nos *legacy papers*. Com efeito, há todo um trajeto de autoridade destas publicações.

Também se constata que há um certo desinteresse pelo digital, sendo difícil fugir a uma certa “banalização” dos conteúdos. Muitos sites com as mesmas notícias, com os mesmos ângulos de abordagem, as mesmas fontes. Torna tudo repetitivo, monótono, sem quaisquer criatividade. A informação dá, muitas vezes, lugar a desinformação. E frequentemente devido à “ditadura do *press release*”.

“Penso que, no geral, as pessoas estão e querem estar cada vez mais e melhor informadas. Por outro lado, há também, infelizmente, alguns sites que fabricam notícias apenas com o objectivo de causar sensacionalismo e ganhar leitores de forma fácil. E ainda há muitos leitores que aderem a esse tipo de artigos e divulgam-nos como se fossem histórias verídicas, sem terem o cuidado de verificar se a fonte é fidedigna”. (Cruz, Cátia:2017)

“Acho que há mais de tudo um pouco. Com a Internet o mundo ficou à distância de um PC. Com o advento do Digital, esse mesmo mundo passou a estar connosco, no bolso, na carteira, no carro. Logo o pluralismo permite o aparecimento (e algum crédito) de centenas de notícias não totalmente verdadeiras ou inverdade. A desinformação está a tornar-se uma parte com peso da Informação”. (Jorge, António:2017)

“A quantidade de Informação é tanta e às vezes tão tóxica que eventualmente nos cabe a nós, separar e filtrar o que mais se encaixa no nosso perfil. Talvez seja precipitado considerar algumas publicações digitais como pouco credíveis, mas também é verdade que nos cabe a nós receber a informação e reflectir sobre ela. À velocidade que hoje nos é dada e pedida a informação, a tendência é correr, para descobrir a resposta mais adequada, e mais completa, mas nem sempre mais credível. Mas de facto hoje não chega. Tendo em conta o tal pluralismo e a tão na moda desinformação, há que evitar tropeções, tanto na informação que se recolhe, como depois na que se dá”.(Ibidem)

“Porque deixei de me interessar de todo pelo jornalismo musical, enquanto consumidor. Não leio jornais. Acho que a Última revista, que adquiri com alguma regularidade foi a inglesa Wire. Aquele interesse terá durado, dois, três anos. Porque aquilo, basicamente é "mais do mesmo". Isto é o meu percurso enquanto consumidor. Portanto, já não sou da geração do "Pitchfork". Já não me interessa muito, até porque, Por motivos de trabalho, a música chega-me a partir dos próprios músicos. Não mediada, de certa maneira. Às vezes, quando vejo um concerto, posso ter curiosidade para ver o que as outras pessoas acharam.... O facebook também é curioso, às vezes, em debates e discussões sobre o jornalismo”. (Ferreira, David:2017)

Segundo Lopes (citado por Guerra, 2009:346) Se recorrermos às estatísticas da Associação Fonográfica Portuguesa, verificamos uma queda de facturações e das vendas de áudio persistente desde 2000 até à atualidade, o mesmo acontecendo com o audiovisual. A partir de 2006, o formato digital que abrange desde as faixas musicais a toques de telemóvel, segundo os dados disponíveis, não parou de subir. A convergência tecnológica tem provocado uma pulverização de formatos: *downloads* de toques de telemóveis, de músicas, de videoclipes ou de concertos, o cinema 3D, jogos como o “*Rock Band*”, o “*Guitar Hero*”, ou o “*DJ Hero*”.

Segundo Rios (citado por Guerra, 2009:346) também é possível registar uma mudança no que diz respeito à quantidade de música ouvida e possuída, na medida em que o seu aumento foi exponencial. “Vão ser tempos de imaterialidade, diluição e mistura. Mas não é certo que o

formato físico, a ideia de álbum e outros alicerces do que tem sido a música popular sejam demolidos de vez. O caos chegou, habituemo-nos”.

Para o jornalista do Público, Nuno Pacheco, os tempos mudaram, efetivamente.

“Hoje em dia a noção de novidade desapareceu. A pressão que deriva de uma oferta excessiva cansa de tal modo as pessoas que elas a certa altura dizem: ‘já não quero ouvir’. Só quando nos aparece alguma coisa muito interessante conseguimos parar e dizer: “bom, há aqui alguma coisa diferente do resto”... Há, enfim, muito ruído em torno das coisas, o que não nos dá tempo para refletir. O grande drama é esse: reflete-se pouco sobre o que se ouve e o que se vê, e isso transforma-nos um pouco em consumidores quase ‘porque sim’”. (Pacheco, Nuno:2017)

“Quando era mais novo, eu juntava o último dinheiro para poder comprar um disco... hoje em dia já ninguém faz isso. O facto de muita dessa oferta ser gratuita faz com que, por um lado, o mercado seja já muito incaracterístico; por outro, não haver gosto por adquirir um disco e dispor dele com mais assiduidade. Está tudo disponível *online* e isso faz com que haja uma relação mais incipiente com o que nos rodeia. Talvez também por isso a crítica não possa ser assim tão forte” (ibidem).

Na internet também há espaço para a qualidade.

“Mas há coisas interessantes e bem feitas na Internet, quer em Portugal quer no estrangeiro, onde se nota um apurado sentido crítico. No entanto, há também muita coisa deplorável, nomeadamente quando se limitam a reproduzir integralmente o *press release* das editoras - já cheguei a ler *online*, aliás, *press-releases* assinados como se fossem de autoria própria... isso é uma coisa sinistra. Podiam pelo menos fazer uma referência à editora... Mas não, tem uma linha ou duas de introdução e o resto é *ipsis verbis*..” (ibidem).

O *Shovelware* ainda é uma realidade, que torna o jornalista num “papagaio das editoras”(ibidem).

“É frequente ver datas e nomes trocados, e mesmo algumas coisas mal escritas. Embora a responsabilidade seja de quem revê aquilo que faz, muitas vezes deve-se à pouca maturidade das pessoas que estão a escrever.

Já tenho visto coisas de arrepiar os cabelos. Casos de nomes que aparecem escritos de forma errada e que, no entanto, aparecem corretamente nos comunicados difundidos pelas editoras. Por isso, se não houver um olhar crítico sobre aquilo que sucede, de facto não vale a pena haver jornalismo musical...

As pessoas habituaram-se a acompanhá-los e provavelmente vão lá mais depressa do que irão a um jornal. Porque num jornal nunca sabemos quando sairá aquele tema que estamos à procura... Não quer dizer que isso automaticamente melhore o impacto de cada artista junto do público, mas ajuda à reflexão e à diversidade”. (ibidem)

O jornalismo musical tem sempre uma posição delicada dentro do *gatekeeping* dos jornalistas culturais.

“Se olharmos para o jornalismo cultural em geral, qual é a arte mais privilegiada? É o cinema. O cinema, em termos de crítica, é geralmente a área que obtém maior destaque em toda a imprensa...

Porquê? Por um lado porque ainda há muita gente que aprecia o “jogo das estrelas” – todos querem saber quantas estrelas deram a determinado filme, ao passo que raramente alguém pergunta quantas estrelas deram a determinado disco. Por outro lado, temos de nos lembrar que

há parentes ainda mais pobres, como o teatro, coitado... muito pior, muito pior do que a música. Porque a música, como é uma indústria forte, ainda consegue colocar alguma pressão sobre os jornais. No teatro, é preciso assistir ao ensaio, ver o espetáculo no dia da estreia... Ora, para quem anda diariamente muito atarefado torna-se quase impossível dar esse tipo de cobertura. E isso de facto põe o teatro numa posição muito pior.

De um modo geral, pode dizer-se que a música vem logo a seguir ao cinema em termos de tratamento ao nível das artes. As artes plásticas também conseguem ter algum destaque, mas se há jornais que lhe dão alguma importância, outros nem por isso. Mas há jornais que nunca mais fizeram crítica de artes plásticas. Divulgam notícias de exposições, mas crítica de artes plásticas não fazem...

Já houve um tempo em que havia vários suplementos culturais com impacto. Hoje há o JL - Jornal de Artes, Letras e Ideias, que continua a abranger várias áreas, umas mais outras menos. A literatura, por exemplo, também tem uma abordagem razoável – é uma arte que é capaz de ficar mais ou menos a par com a música, porque os escritores hoje em dia já têm mais visibilidade, aparecem por todo o lado, vão à televisão...". (ibidem)

Conclusões

Para começar, reconhece-se um certo cepticismo quanto aos *media* digitais. Há, de facto, uma notória fragilidade do jornalismo musical em Portugal, devido à incipiência da indústria musical portuguesa. Este factor conduz à queda da posição do jornalista como “gatekeeper do gosto”. No que respeita ao *legacy paper* MC evidencia-se, no âmbito das capas uma clivagem entre nacionais e internacionais. Apesar de ter surgido num contexto sócio, político e económico muito específico, conseguiu escrever nas entrelinhas, pelo menos até 1973, data do número apreendido. Um país de certa maneira atrasado nos mais diversos níveis (como o cultural), vivendo sob a tutela do Estado Novo, com alguma lufada de ar fresco, a Primavera Marcelista. Em termos musicais estávamos perante a grande luta entre o Nacional-Cançonetismo e a Canção de Protesto.

As críticas eram uma constante, com destaque para as crónicas de Títo Lívio e Jorge Cordeiro. No entanto, refira-se que a revista, nas palavras de Nuno Pacheco, jornalista, ajudou muito os leitores a formarem opinião. Não se tratava apenas de ouvir, consumir e deitar fora.

Por outro lado, ainda não há fórmula mágica para o modelo de negócio no digital. Estão todos os atores lá a marcar território, mas muitos deles sem bases financeiras sólidas. Voltamos sempre ao mesmo ponto. Caso da *Scratch Magazine*. Não é preciso ir muito longe para constatar que a profissão de jornalista está sob ameaça em diversas frentes. Da crise no investimento publicitário à indefinição quanto a um novo modelo de negócio.

Bill keller, editor executivo do The New York Times, viu a sua negra previsão a concretizar-se: “Talvez 2016 seja o ano em que percebemos que o que temos vindo a descrever como uma grande transição é, na verdade, o nosso destino”. Despedimentos, instabilidade, audiências fragmentadas e muito *clickbait* (notícias com o principal objetivo de captar cliques na internet) são algumas das suas premonições para as próximas décadas. Neste contexto, um tanto ou quanto trágico, a imprensa está especialmente vulnerável, isto devido à elevada dependência do investimento publicitário e às dificuldades colocadas pela transição para o *online*.

O jornalista José Luis Orihuela utiliza mesmo o termo “sequestro” precisamente devido a este impasse. “A primeira chave é centrar-se verdadeiramente em modelos de produtos no lugar de modelos de negócio³⁷”, refere.

Com efeito, anteriormente os leitores estavam dispostos a pagar por um jornal. Agora, com a web 2.0, numa fase em que a informação circula à velocidade da luz, sendo muitas vezes divulgada pelo cidadão, que antecede o jornalista, o paradigma altera-se substancialmente. Por outro lado, multiplicam-se as publicações gratuitas de qualidade, como verificamos no presente estudo através dos casos da *Punch Magazine*, *Ponto Alternativo* ou *Som à Letra*. Segundo a publicação *Jornalismo & Jornalistas*, o panorama da realidade nacional também está longe de ser animador. Os factos falam por si. Nos últimos 7 anos foram despedidos mais de 1200 trabalhadores de empresa de

³⁷ Orihuela, Luis, “O futuro do jornalismo está sequestrado pelo debate sobre os modelos de negócios “, disponível em <http://cordeldeideias.wordpress.com/2012/10/22/o-futuro-do-jornalismo-esta-sequestrado-pelo-debate-sobre-os-modelos-de-negocios/>

comunicação social portuguesas, a maioria jornalistas. Por outro lado, o enfraquecimento das redações debilita, na mesma medida, a democracia e a qualidade da nossa vida coletiva.

No caso da *Scratch Magazine* procura-se reinventar o jornalismo com as bases do jornalismo cívico, enquadrado num projeto de empreendedorismo social. Pretende-se voltar a desenvolver o Som Cívico enquadrado numa associação cultural menos complexa, ainda sob o nome IncluSom. A equipa do “Som à Letra”, agora Scratch Magazine mantém-se e será paga por peça em regime freelancer.

Por outro lado, neste contexto internauta em mutação o perfil do jornalista não tem outra alternativa senão alterar-se. “Quanto mais informação disponível, mais falta faz ter gente preparada profissionalmente para filtrá-la”. O autor avança mais: “Atualmente cada vez mais é relevante que o jornalista assuma a construção de uma identidade desde o começo da sua formação”³⁸. De facto, toda a atividade digital deixa um rasto que se pode seguir. Urge criar uma especialização, o que aconteceu com a autora da presente investigação: Jornalismo Musical.

De referir ainda o papel fulcral das redes sociais na atividade dos jornalistas. O cibermeio Som à Letra, por exemplo, nasceu em comunidade. “Nenhum meio de comunicação pode viver à margem dos *media* sociais. Não podem viver alheios à conversão do conteúdo gerado pelos usuários e à voz da gente a quem diz servir.”³⁸

E o Futuro? Passa pela preparação dos estudantes de jornalismo para esta nova realidade. “Há algumas faculdades de comunicação que se esforçam há muitos anos para que uma parte da formação consista em que os alunos desenvolvam meios de comunicação na própria universidade, como tradicionalmente se tem feito nas universidades americanas”³⁹, refere Luis Orihuela.

Uma formação prática revela-se essencial no âmbito do jornalismo empreendedor, na qual se treine os estudantes “para que sejam capazes de dirigir equipas de trabalho e tomar decisões sobre que informações se devem publicar, em que canais etc”.

Ao ser empreendedor o jornalista pode criar projetos que se podem prolongar no tempo pela sua qualidade e esforço, ancorados, por exemplo, no empreendedorismo social, como aconteceu com o cibermeio Som à Letra, que está atento às novas tendências de agregação de conteúdos, através de ferramentas como o *scoop it* ou *paper li*.

Foram oito anos consecutivos de muita persistência e participação em concursos diversos.

Após esta investigação a autora vai-se debruçar sobre a integral evolução da Scratch Magazine. Mais uma vez trata-se de um estudo de caso, tendo em conta o trabalho desenvolvido neste *media* digital até ao momento presente. Serão efetuadas entrevistas com mais atores. Enquanto se implementa a associação (IncluSom) pretendemos finalmente responder, ou melhor tentar chegar a uma resposta: haverá modelo de negócio para o digital?

Em suma, há toda uma panóplia de cenários e projetos a explorar e que são válidos desde que haja deontologia, compromisso com a audiência e publicação de conteúdos de qualidade.

³⁸ ibidem

³⁹ ibidem

Referências

- ALVES, Rosental, (2001) The future of online journalism: mediamorphosis or mediacide?, In: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=873904&show=pdf>, 3rd international conference on technology policy and innovation, Austin
- ALZAMORA, Geane, Por um modelo de comunicação hipermediática, In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/alzamora-geane-comunicacao-hipermidiatica.pdf>. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
- BARBOSA, E. (2001) Interactividade, A grande promessa do jornalismo online, In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>, Universidade do Minho
- BASTO, FERNANDO, Há novas oportunidades para o jornalismo na net, In: http://jn.sapo.pt/PaginaInicial/Media/Interior.aspx?content_id=1731192, acessado a 15/02/12
- BASTOS, Helder (2005), Ciberjornalismo e narrativa hipermedia http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.pdf, Faculdade de Letras da Universidade do Porto
- BASTOS, Helder, (2010) Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal: Os Primeiros Quinze Anos (1995-2010). Porto: Edições Afrontamento
- BELLEFLAME, Paul, LAMERT, Thomas, (2012) Crowdfunding, Typing the right crowd, In: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1836873 , [International Conference of the French Finance Association \(AFFI\)](http://www.aaffi.org/conference), May 11-13, 2011
- BONIXE, LUIS, Ciberjornalismo: Modelo de negócio procura-se, In: Jornalismo & Jornalistas, Jan/Maio 2011, nº 45, p.15 <http://www.clubedejornalistas.pt/wp-content/uploads/2011/02/JJ-45.pdf> , acessado a 05/03/11
- BRASHAW, Paul, Making Money from journalism: new media business models, In: <http://onlinejournalismblog.com/2008/01/28/making-money-from-journalism-new-media-business-models-a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt5/>, acessado a 02/02/12
- BROWN, Tim (2008), Design Thinking, In : <http://surreycreativeacademy.pbworks.com/f/Design+Thinking+Tim+Brown.pdf> Harvard Business Review
- CANAVILHAS, J.(2006), Webjornalismo. Da pirâmide invertida à pirâmide deitada, In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>
- CARMO, Teresa (2006), Evolução portuguesa do jornalismo cultural, In: http://www.janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html, acessado a 05/11/11
- CORREIA, Elisabeth, Lima, Marcelo (2010), Negócios da Mídia na era da midiatização: uma reflexão sobre os modelos de exposição e de interação, In: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/755/682>, Prisma.com
- COUTO, Patrícia (2010), Ciberjornalismo Regional: Aproveitamento das potencialidades da Web dos nove jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto, In: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55917/2/tesemestpatriciacouto000127507.pdf>, Tese (Mestrado) Universidade do Porto, Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação
- FARO, J.S (2007), Jornalismo Cultural: espaço público de produção intelectual, In: www.jsfaro.pro.br/umesp.html
- FARO, JS (2009), Dimensão e prática do jornalismo cultural, In: <http://www.fronteiras.unisinus.br/pdf/66.pdf>, Revista Fronteiras-estudos midiáticos
- FOGG, BJ, Creating persuasive Technologies an eight step design process, In: <http://www.varunkhanduja.com/8%20Step%20process.pdf>, Stanford University
- FRITH, Simon, (1981) Sound Effects, Youth, Leisure and the politics of rock and roll, Phanteon Books New York
- FSB, Punch Magazine. Um “murro à preguiça” , In: http://www.briefing.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=13044:punch-magazine-um-murro-a-preguica&catid=70:joomla&Itemid=57, acessado a 30/01/12

GRANADO, António, 10 Tendências para 2011, In: <http://ciberjornalismo.com/pontomedia/?p=5565>, acessido a 03/03/12

GRUESKIN, SEAVE et all (2011), The story so far, what we know about the business of digital journalism

GUERRA, Paula (2010) A instável leveza do rock. Porto: Faculdade de Letras ad Universidade do Porto.

GUERRA, Paula (2015) More Than Loud. Porto: Edições Afrontamento.

Imprensa, <http://www.sinfonias.org/mais/musica-portuguesa-anos-80/topicos/media/1013-imprensa>, in Sinfonias de Aço, 2016 [consult. 15 de Outubro de 2016]

In:http://www.cjr.org/the_business_of_digital_journalism/the_story_so_far_what_we_know.php, Columbia University Graduate School of Journalism

INOVAÇÃO & MARKETING, Maioria das empresas ainda não pratica o marketing 3.0 <http://inovacaomarketing.com/2011/10/04/marketing-maioria-das-empresas-ainda-nao-pratica-o-marketin>, acessido a 30/01/12

JERÓNIMO, Pedro (2011), O uso da internet na imprensa regional portuguesa, In: http://ciberotinas.files.wordpress.com/2011/11/jeronimo_2011_bilbao.pdf, III Congreso Internacional de ciberperiodismo y web 2.0, La transformación del espácio mediático, Universidade do Porto

KÁRITA, Francisco (2010), O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais? <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/754/681>, Prisma.com

LEITE, EMANUEL, Negócios via internet= Ideias de Mcluhan+ Empreendedorismo, In: <http://empreendedoreinovadores.blogspot.com/2011/02/negocios-via-internet-ideias-de-mcluhan.html>, acessido a 02/02/12

LIMA, Corrêa (2010), Negócios de mídia na era da midiatização: uma reflexão sobre os modelos de exposição e de interação, In: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/755/682>, Prisma.com

LIMA, Renata, (2011), O jornalismo especializado em Música Extrema em Portugal-revistas e fanzines , Faculdade de Letras da Universidade do Porto

LUSA, Redes sociais vieram para ficar?, In: <http://aeiou.expresso.pt/redes-sociais-vieram-para-ficar=f658665>, acessido a 03/03/12

MIELNICZUK, Luciana (2001). Características e implicações do jornalismo na Web, In http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf

MIELNICZUK, Luciana, Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a Web, In: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17332/1/R0816-1.pdf>, Universidade Federal de Santa Maria

NOCI, Javier (2007), Online Journalism: Research Methods, In: http://www.argitalpenak.ehu.es/p291content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/journalism.pdf

NUNES, Pedro (2003), “‘É Português? Não gosto’: Ideologias e Práticas dos Jornalistas de Música face à Música Portuguesa”) in Forum Sociológico, No.7/8, 2002, pp.145-168.

NUNES, Pedro (2011), “Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: entre o gatekeeping e o “cheerleading” in Trajectos, N°18, pp.53-69.

NUNES, Pedro (2009), O jornalismo pop-rock em Portugal: entre o grilo falante da indústria e a esfera pública, Congresso Lusocom

NUNES, Pedro e CAVALLINI, Carlos (2014), “Jornalismo Sobre Música e Gatekeeping: o caso da MPB no semanário Se7e” in Media & Jornalismo, 23, 39-50.

NUNES, Pedro, (2004) Popular Music and the public sphere. The Case of Portugal Music Journalism

- OBCIBER, Marcos Palacios abre II Congresso Internacional de Ciberjornalismo, In: <http://blogciber2.wordpress.com/2010/12/09/marcos-palacios-abre-ii-congresso-internacional-de-ciberjornalismo/>, acessado a 18/02/12
- PALACIOS, M., (2002). *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*. In: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf, Universidade da Beira Interior
- QUERIDO, Paulo, A economia do jornalismo é efectivamente muito simples, In: <http://comunidade.xl.pt/CMJornal/blogs/ondasnarede/archive/2011/02/02/a-economia-do-jornalismo-e-efetivamente-muito-simples.aspx>
- RIBEIRO, Luciano, Jornalismo Empreendedor: Uma reflexão inovadora acerca da construção de conhecimento na Internet, In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-luciano-jornalismo-empreendedor.pdf>
- RIOS, Pedro, O que é a Web 2.0?, In: http://jpn.icicom.up.pt/2007/01/05/o_que_e_a_web_20.html , acessado a 03/03/12
- RODRIGUES, Catarina (2010), Redes sociais: novas regras para a prática jornalística? , In: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/757/684>
- SANTIAGO, Marcelo, Comunicação Integrada de Marketing, In: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/mkt/3.pdf>, Prisma.com
- SARASVATHY,(2001) What makes entrepreneurs entrepreneurial?, In: http://www.khoslaventures.com/presentations/What_makes_entrepreneurs_entrepreneurial.pdf, University of Washington
- SCHAFFER, Jan, New voices: what works, Lessons from funding five years of community News Startups
- SCRATCH MAG (2015) À conversa comAvelino Tavares (Mundo da canção) <https://scratchmag.org/2016/10/13/a-conversa-com-avelino-tavares-mundo-da-cancao/>, in Scratch Magazine, 2015 [consult.15 de Outubro de 2016]
- SILVA, Dora (2009), Tendências do jornalismo cultural em Portugal , In: http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/434/432, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 6º Sopcom, 8º Lusocom
- SILVA, Marisa, (2014) Jornalismo Musical: estratégias enunciativas e retóricas . Contributos para uima análise discursiva ,
- STOVALL, James (2004), Web Journalism, Practise and promise of a new médium, In: http://books.google.pt/books/about/Web_journalism.html?id=qiFIAAAAMAAJ&redir_esc=y
- TBD’S COMMUNITY ENGAGEMENT TEAM,Community Host: An Emerging Newsroom ‘Beat’ Without a Guid , In: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102521/Community-Host-An-Emerging-Newsroom-Beat-Without-a-Guide.aspx>, acessado a 02/02/12
- Universidade da Beira Interior
- VIVAR, Jesús, Herreros, Mariano (2011), Redes sociais, folksonomías e inteligência colectiva en el desarrollo de la información periodística en internet, In : <http://pt.scribd.com/doc/50442310/La-investigacion-en-periodismo-digital-Algunos-trabajos-desde-el-ambito-universitario>, La investigacion en periodismo digital. Algunos trabalhos desde el âmbito universitário, XII Congresso de periodismo digital
- ZAMITH (2008), As potencialidades da internet nos sites noticiosos portugueses, Edições Afrontamento
- ZAMITH, Fernando (2007). *O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses*, In:http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n4_junho_de_2007/o_subaproveitamento_das_potenc.html, Universidade do Porto
- ZAMITH, Fernando (2011), A contextualização no ciberjornalismo, In: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf> , Tese (Doutoramento), Universidade do Porto

ANEXOS

Anexo A

Guiões das entrevistas semi-diretivas: responsáveis por blogues/sites especializados em música

BLOGUES

Entrevistado (a):
Entrevistadora:
Data:
Local:
Duração:
Hora de Realização:

Elementos Gerais de caracterização sociográfica:
Idade:
Sexo:
Profissão:
Escolaridade:
Percorso Profissional:
Residência:
Contatos:

Elementos gerais de caracterização do blogue
Designação precisa:
Endereço na internet:
Contactos:
Temáticas:

Notas:

- Explicar os motivos da realização da entrevista e os seus objetivos
- A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
- Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
- Pedir toda a documentação e informação possível

0. Relação do entrevistado (a) com o blogue/site

1. Ligação ao blogue/site. Razões e condicionantes

2. Origem, funcionamento e lógica do blogue

1. Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?
2. Como e quando nasceu o projeto?
3. Como é o vosso modelo de negócio?
4. Quantas pessoas colaboram no projeto? De que forma colaboram?
5. Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?
6. Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

2. Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

1. Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?
2. Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?
3. Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorde com essa afirmação?
4. Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?
5. Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?
6. Quais são os aspetos negativos do jornalismo musical português?
7. Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?
8. Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
9. Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
10. O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?
11. Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

1. Conhece as publicações? Se sim, porquê?
2. Quais as principais diferenças entre ambas? Porquê?
3. Como avalia a sua importância? Porquê?
4. Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?
5. Acha que as diferenças entre ambas as publicações marcarão o futuro do jornalismo musical?

Guiões das entrevistas Semi-Diretivas: Editoras

Editoras e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora
Entrevista
Data
Local
Duração
Hora de Realização

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade
Sexo
Profissão
Percorso profissional
Escolaridade
Residência
Estatuto jurídico da editora
Designação precisa
Localização precisa
Contactos

Notas

Perguntar inicialmente ao entrevistado: Como aparece ligado á Editora? Porquê?
Condicionantes?

0-Relação do entrevistado (a) com a editora

0.1-Ligação à publicação. Razões e condicionantes.

Qual a sua opinião e ligação relativamente à revista Mundo da Canção? E relativamente À Scratch Magazine?

1 -Origem, funcionamento e lógica

Pelo que tenho analisado no período dos primeiros três anos, o MC era um media atento. Mas com o Mundo da Canção pelo menos até 1973 funcionou. Que balanço estabelece deste media?

Como resume o trabalho da Mundo da Canção ao longo destes 45 anos? É que a publicação ultrapassa o impresso...Discoteca, livros, convívios...

Como era/é o relacionamento da editora Y com os media?

2-Tendências e estruturações do campo musical português

Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorde com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora
Entrevista
Data
Local
Duração
Hora de realização

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade
Sexo
Profissão
Percorso Profissional
Escolaridade
Residência

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Como e quando nasceu o projeto?

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas semi-diretivas: Músicos, djs e produtores de referência

Entrevistado(a)
Entrevistadora
Entrevista
Data
Local
Duração
Hora de Realização

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade
Sexo
Profissão
Escolaridade
Percorso Profissional
Residência

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical em Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com os casos de estudo

0.1-Ligação às revistas. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica

Teve alguma ligação às revistas “Mundo da Canção” e “Scratch Magazine”?

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorde com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas semi-diretivas: responsáveis por blogs/sites especializados em música

BLOGUES

Entrevistado (a): António Jorge
Entrevistadora: Irene Leite
Data:
Local:
Duração:
Hora de Realização:

Elementos Gerais de caracterização sociográfica:
Idade: 51
Sexo: M
Profissão: Coordenador Musical/Produtor//Reporter
Escolaridade: ENSINO SECÚNDÁRIO
Percorso Profissional: RFM 1990/2000 Vox/Oxigénio/Radar 200/2003 Renascença desde 2003
Residência: LISBOA
Contatos: 213239396

Elementos gerais de caracterização do blogue
Designação precisa:
Endereço na internet:
Contactos:
Temáticas:

Notas:

- Explicar os motivos da realização da entrevista e os seus objetivos

- A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
- Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
- Pedir toda a documentação e informação possível

0. Relação do entrevistado (a) com o blogue/site

1. Ligação ao blogue/site. Razões e condicionantes

2. Origem, funcionamento e lógica do blogue

7. Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?
8. Como e quando nasceu o projeto?
9. Como é o vosso modelo de negócio?
10. Quantas pessoas colaboram no projeto? De que forma colaboram?
11. Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?
12. Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

2. Tendências e estruturas do campo do jornalismo musical português

12. Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Acho que há mais de tudo um pouco. Com a Internet o mundo ficou à distância de um PC. Com o advento do Digital, esse mesmo mundo passou a estar connosco, no bolso, na carteira, no carro. Logo o pluralismo permite o aparecimento (e algum crédito) de centenas de notícias não totalmente verdadeiras ou inverdade. A desinformação está a tornar-se uma parte com peso da Informação.

13. Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Tal como referi na pergunta anterior, a quantidade de Informação é tanta e às vezes tão tóxica que eventualmente nos cabe a nós, separar e filtrar o que mais se encaixa no nosso perfil. Talvez seja precipitado considerar algumas publicações digitais como pouco credíveis, mas também é verdade que nos cabe a nós receber a informação e reflectir sobre ela. À velocidade que hoje nos é dada e pedida a informação, a tendência é correr, para descobrir a resposta mais adequada, e mais completa, mas nem sempre mais credível. Mas de facto hoje não chega. Tendo em conta o tal pluralismo e a tão na moda desinformação, há que evitar tropeções, tanto na informação que se recolhe, como depois na que se dá.

14. Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Não quero ir por aí, mas é verdade que se olharmos para o IVA dos Livros, dos instrumentos musicais e da Música, rapidamente percebemos que algo não está bem. Acho que o jornalismo musical não é parente pobre de coisa nenhuma. Independentemente da área, o jornalismo tem que ser sério, credível e mais do que nunca interessante, apelativo – colorido, se quiser. Se para além disto ainda tiver uma marca de qualidade quer pela forma como é escrito, quer pela forma como é contado, então melhor ainda. Ficamos todos mais bem informados e musicalmente mais felizes.

15. Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Por cá, nunca nada é fácil. E o jornalismo musical não é excepção. Mas sim, claro que existe jornalismo musical em Portugal – e bom. Basta olhar para a quantidade e qualidade de Festivais não só de Verão, mas também para o número de Bandas e eventos ligados à música, que todos os dias nos vão surpreendendo. Se as coisas acontecem, se nós temos conhecimento delas e há público, então mesmo com inúmeros obstáculos, com mais ou menos administradores e mecenas desportos para a música, há jornalismo musical – e recomenda-se!

16. Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Acho que acima de tudo - e sem querer parecer que estou aqui mandatado pela classe -, são os excelentes escribas da nossa pequena praça musical.

17. Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Todos os inerentes à falta de preparação, à leveza e displicência com que se dizem e escrevem coisas

18. Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Música&Som, 7Sete e Blitz – de outros não me lembro para já que reze a história.

19. Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Actualmente leio quase tudo o que me aparece. Quando gosto bastante do que leio ou oiço, faço questão de saber quem escreve ou assina a peça. É sempre injusto falar de nomes, mas leio artigos de António Pires, João Lisboa, Rui Miguel Abreu, Vitor Belanciano e gosto muito das fotos da Rita Carmo. Na maioria dos casos gosto dos artigos sobre música do Expresso. E pelo que conheço e leio, o jornalismo musical na era digital está de boa saúde e recomenda-se.

20. Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

21. O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Só teve. Por um lado os palcos nunca estiveram tão disponíveis para bandas novas que por sua vez nunca sonhariam ocupar os camarins com os consagrados e tocarem para o mesmo público, nos grandes palcos. Por outro, o on line permite que qualquer expectador (não jornalista), festivaleiro ou não, descreva por palavras suas, a história ou histórias do espectáculo que acabou de assistir. Tal como em quase tudo na vida, há depois um filtro natural que selecciona os melhores dos dois mundos.

22. Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Futurologia não faço; só porque me esqueci da bola de cristal. Mas talvez arrisque em dizer que, mais do que o estilo, segmentação e alcance geográfico, o digital vai continuar a ditar regras. Hoje, a música é misturada e gravada e sai a correr nas mais diversas plataformas digitais. Também aqui, a informação e desinformação têm papéis cada vez mais preponderantes. O single de hoje, amanhã afinal já não é.

3. O caso específico do *Mundo da Canção* e da *Scratch*

6. Conhece as publicações? Se sim, porquê?

A *Scratch* sim, sou colaborador e gosto muito. A *Mundo da Canção*, lembro-me de qualquer coisa com esse nome nos anos 80, não sei se estamos a falar dessa publicação, que penso, desapareceu.

7. Quais as principais diferenças entre ambas? Porquê?

8. Como avalia a sua importância? Porquê?

Acho de uma importância fantástica a todos os níveis. Mas mais do isso, acho admirável que um grupo de pessoas que não se conhece se junte em prol da música com o objectivo de a fazer chegar mais longe: a mais gente. E isto, só por si, já valeria a pena. Quanto ao espaço que ocupa e a importância que a *Scratch* tem na vida das pessoas, será sempre o futuro a falar mais alto. E espero sinceramente que fale cada vez mais e melhor

9. Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações? Lá está, se o futuro nos permitir continuar a andar, e repito, espero que sim, penso que hoje em dia é essencial estar atento aos sinais – é fundamental que a linha editorial da *Scratch* esteja tanto quanto possível alinhada quer com o que os potenciais leitores procuram, quer com os novos rumos que se vão traçando.

10. Acha que as diferenças entre ambas as publicações marcarão o futuro do jornalismo musical?

As diferenças não sei, mas nós estamos a fazer história. E a culpa é da música.

Guiões das entrevistas semi-diretivas: responsáveis por blogues/sites especializados em música

BLOGUES

Entrevistado (a): Sónia Felizardo
Entrevistadora:
Data: 24 maio de 2017
Local: Aveiro
Duração: 2 dias
Hora de Realização: 13h00

Elementos Gerais de caracterização sociográfica:
Idade: 22
Sexo: F
Profissão: Estudante
Escolaridade: Licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação
Percorso Profissional: -
Residência: Aveiro

Contatos: sonia.felizardo7@gmail.com

Elementos gerais de caracterização do blogue

Designação precisa: webzine de música destinada à informação referente à indústria musical, a nível nacional e internacional, com foco no circuito de música alternativa/underground.
--

Endereço na internet: thresholdmagazine.pt

Contactos: thresholdmgz@gmail.com
--

Temáticas: notícias, críticas, reportagens, artigos
--

Notas:

- Explicar os motivos da realização da entrevista e os seus objetivos
- A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
- Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
- Pedir toda a documentação e informação possível

0. Relação do entrevistado (a) com o blogue/site

Editor e Membro Fundador

1. Ligação ao blogue/site. Razões e condicionantes

Editor e Membro Fundador

2. Origem, funcionamento e lógica do blogue

13. Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Os fundadores do projeto Threshold Magazine são Rui Gameiro e Sónia Felizardo. Estes conheceram-se em ambiente online, via rede social Facebook, compartilhando gostos comuns no mercado da música e ainda um sistema de crenças e valores semelhantes. O amor mútuo sentido pelas formas de expressão musical com acessibilidade reduzida e a constante necessidade de conhecer bandas novas levou a que os dois quisessem partilhar com a comunidade digital as suas descobertas relativas a bandas dentro do panorama alternativo. Esta foi a razão principal que levou à formulação do projeto que hoje é conhecido sob Threshold Magazine.

14. Como e quando nasceu o projeto?

O projeto começou a ser formulado em outubro de 2012, mas só nasceu como Threshold Magazine em junho de 2014.

Eu conheci o Rui Gameiro no Facebook porque tinha gostado recentemente de uma página que ele tinha (a página tinha para aí 15 likes) e, com isto, ele adicionou-me. Entretanto (e pela análise minuciosa das publicações que cada um de nós fazia) percebemos que tínhamos gostos musicais em comum e então o Rui perguntou-me se eu não queria gerir uma página de Facebook com ele, só por diversão, para que pudéssemos partilhar sob o nome de uma entidade (neste caso a página), notícias sobre as bandas que ouvíamos e/ou gostávamos. Foi aqui que começou o primeiro “draft” da Threshold Magazine. Na altura eu ainda estava no 12º ano e queria mesmo poder mostrar às pessoas da minha idade que era possível escolher uma cultura alternativa e fora das fantochadas do circuito comercial e popular, que sempre achei intragável. O Rui estava no 3º ano da licenciatura em Ciências Forenses e Criminais e também sentia que era difícil poder conversar com as pessoas do seu círculo sobre as novas confirmações de ontem no Festival X, a banda Y que tem novo *single* e o concerto incrível a que foi na noite Z. Esta

necessidade da partilha de experiências, sentimentos e emoções com pessoas que realmente estariam interessadas em recebê-las levou-nos a criar uma pequena comunidade de amigos conhecidos em torno da página e deu-nos força para continuar. Depois desse processo inicial e entre outubro de 2012 até junho de 2014, houve um grande processo de mudanças. Eu consegui uma vaga para escrever na *Punch Magazine*, em abril de 2013 e aproveitei tudo o que podia para aprender com uma equipa experiente na área das publicações *online* sobre música. Foi aqui que percebi mais ou menos os funcionamentos/cargos gerais e os mecanismos de gestão existentes dentro de uma entidade deste cariz. O meu trabalho lá era puramente voluntário. Sai em novembro de 2013, porque senti que já tinha o conhecimento prático necessário para investir na nossa página de *Facebook*. O Rui acabou a licenciatura e eu fui para Aveiro estudar Novas Tecnologias da Comunicação, que foi uma decisão estratégica para que eu pudesse aprender as ferramentas básicas de funcionamento e manutenção de um *site*, noções de comunicação digital, design multimédia para aplicar no que viria a ser a *Threshold*. Quando tive a disciplina de “Sonorização” (fevereiro2014-junho2014), sugeri ao Rui criarmos uma coisa mais séria e com um nome diferenciado que nos pudesse distinguir, isto é, ter mesmo um blog na internet só nosso, com conteúdos escritos exclusivamente por nós e uma fonte de contacto mais direta com as bandas. Ser uma página de *Facebook*, a publicar constantemente *links* do *youtube* ou notícias com links para *blogs/sites* conceituados na área não tinha qualquer característica diferenciadora e não nos ia levar a lado nenhum. Foi aí que dei uma sugestão de nomes, baseados nos conceitos que adquiri na UC de sonorização e acabámos por escolher *Threshold Magazine*. Na altura eu também dei uma proposta de logótipo (era péssimo, mas foi o melhor que eu consegui fazer) e sugeri que a nossa cor fosse um laranja vivo, do tipo “*outrageous orange*”, que no fundo diz muito sobre a nossa identidade como marca, e porque era diferente das cores utilizadas pelas outras publicações *media* nacionais, os nossos principais concorrentes. Criámos também o blog (o qual só começámos a dar a devida atenção em janeiro de 2015) e reunimos mais três amigos que eu e o Rui conhecemos também no *Facebook*. Foi mais ou menos assim que a *Threshold* foi criada.

15. Como é o vosso modelo de negócio?

Ao nível da proposta de valor, a *Threshold Magazine* diferencia-se essencialmente por dar visibilidade a projetos de pequenas dimensões e/ou bandas em início de carreira, bem como dar um maior destaque aos festivais, concertos e eventos fora do panorama comercial/*mainstream*. Outra proposta de valor centra-se no facto de apostarmos numa comunicação para um público mais jovem, pois o nosso objetivo também passo por inculcar novas realidades desta indústria a jovens que ainda se encontram à procura de uma identidade e de um guia à descoberta de novas sonoridades.

Ao nível da interface com o consumidor, a interação ocorre maioritariamente via site institucional e Facebook. E ao nível da estratégia, implementam-se algumas práticas, essencialmente a nível interno para motivar os colaboradores (uma vez que estes são não remunerados). A *Threshold* é gerida pelos princípios do poder descentralizado, da amizade e da entreajuda entre todos os colaboradores envolvidos. Ou seja, o processo de tomada de decisão nunca fica confinado a uma só pessoa, sendo sempre discutido entre os dois membros fundadores, e posteriormente com os colaboradores envolvidos, num processo democrático. Outra estratégia que utilizamos ao nível da comunicação interna, além de um grupo de Facebook destinado a todos os membros, é a existência de um chat de grupo exclusivo aos redatores da revista para permitir uma maior interação entre todos, através de uma comunicação informal. Esta é uma forma de atingir os nossos objetivos uma vez que pretendemos, além de ser um meio de informação, criar uma comunidade de envolvimento entre os fãs que nos seguem. Por essa razão também realizámos recentemente o evento “O Melhor 13 de maio do país”, com o intuito de juntar numa sala física alguns dos leitores que nos leem online.

16. Quantas pessoas colaboram no projeto? De que forma colaboram?

Até à data, 25 de maio de 2017, e sem contar comigo e com o Rui temos um total de 10 colaboradores - 7 redatores e 3 fotógrafos.

Ambos os fotógrafos e redatores colaboram consoante a sua disponibilidade.

17. Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Os marcos fundamentais da publicação acabam por estar ligados aos aspetos que a fizeram evoluir no campo prático e que foram essencialmente: a aposta em parcerias com outras entidades (festivais/promotoras) que partilham valores, identidade e objetivos semelhantes (nomeadamente Muszik Is My Oyster, Jameson Urban Routes, Indie Music Fest, Pointlist, Festival Contracorrente e, mais recentemente, o MIL – Lisbon International Music Network); a aposta na publicação de um maior número de artigos com conteúdo exclusivo – que levou a estabelecermos contacto com algumas promotoras e distribuidoras internacionais (Altin Village & Mine, Blood Music, 5Roses Press, Fuzz Club Records e Total Blam Blam PR, Synth Religion); e ainda a divulgação de artigos do tipo “Oiçam: XBANDA”, destinada essencialmente a bandas no auge de carreira e/ou a descobertas recentes por parte de todos os membros. Porquê? Porque bem estas estratégias são uma excelente forma de promoção da marca fora do seu público-alvo, podendo atingir muitos potenciais clientes e assim gerar uma maior interação e engajamento dos potenciais leitores.

18. Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

No jornalismo musical, como já referido anteriormente, o papel da publicação passa por dar espaço a todos os projetos que consideramos que merecem algum tipo de divulgação, tanto a nível musical como internacional, tendo como base a criatividade, qualidade, conceito e unicidade.

No campo da música portuguesa é uma ajuda à manutenção de uma cultura viva, uma vez que é preciso falar e repetir publicações sobre as bandas portuguesas para mais que divulgar a sua música, dar a conhecer o seu trabalho ao público interessado.

2. Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

23. Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Eu acredito que, numa opinião pessoal obviamente, o boom dos sites noticiosos em pleno século 21 veio trazer mais pluralismo e que a desinformação surge como consequência desse pluralismo, mas como um aspeto negativo. O pluralismo das notícias tem muitas vantagens positivas do ponto de vista do consumidor deste conteúdos, uma vez que ele tem muitas opções de escolha para se informar e essa disponibilidade de informação permite-lhe ganhar uma opinião mais informada sobre a área em questão. A desinformação hoje em dia é uma escolha pessoal.

24. Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Esta pergunta deve ter uma rasteira, porque não consigo responder. Uma publicação digital não é uma filosofia per si, a própria publicação é que desenvolve uma filosofia e eu escolho acreditar nela ou não. Isto é como a política, não se pergunta a alguém se acredita na política. Há vários sistemas políticos, dentro da política em geral, e eu posso não acreditar num e acreditar noutro, isso não inviabiliza que eu não acredite em política. O mesmo se adapta às publicações digitais. Não consigo responder a esta pergunta sem uma especificação do ramo de publicações digitais que estamos a falar.

Acompanho várias publicações em específico obviamente. Na área da indústria musical é onde costumo acompanhar mais publicações em específico. Curiosamente acompanho mais blogs e

sites não profissionais do que profissionais, por exemplo um que adoro e que tem sempre notícias que não são destacadas nos grandes media (mesmo na cena alternativa) é o My Blog Cliché (<http://myblogcliches.blogspot.pt/>), em Portugal o que acompanho mais é o Bodyspace (bodyspace.net). De vez em quando também sigo o Pop Matters, Exclaim, The Line of Best Fit. Mas de uma forma geral estou sempre a acompanhar o Daily Bandcamp, aquilo é um mundo.

25. Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Bem, eu acho que neste momento não posso discordar nem concordar. A realidade que eu tenho e que eu experimentei tanto no jornalismo musical como cultural foi sempre influenciada pelo meio digital, uma vez que eu sou um nativo-digital.

26. Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Exposto dessa forma, essa resposta levaria a maioria das pessoas a responder não. Contudo a minha opinião sobre jornalismo musical não vai buscar os argumentos ao jornalismo musical clássico, mas sim ao contemporâneo, pelo que a minha resposta é “claro que sim”. Eu creio que neste momento podemos ver essas entidades como publicações físicas exclusivamente dedicadas à música, mas por exemplo temos o P3 que tem uma secção dedicada ao jornalismo musical (dentro do separador cultura), o próprio site da Antena 3 tem imensas notícias sobre bandas nacionais e depois há imensos jornais e revistas exclusivamente online que são obviamente meios de comunicação na área da indústria musical, não é por comunicarem por meios alternativos que devem ser desclassificados de imprensa musical portuguesa.

27. Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Falar sobre bandas novas no mercado nacional.

Informar os leitores acerca de eventos, conferências e atividades que podem juntar toda a comunidade amante de música.

Servirem como uma fonte de seleção da informação para o consumidor

28. Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Foco maioritariamente no mesmo tipo de assuntos.

Alguma falta de criatividade nos títulos expostos

A opinião de alguns jornalistas, em críticas a discos, é mal argumentada e muito subjetiva o que acaba por ir ao encontro de alguns dos valores defendidos pela entidade para a qual escrevem.

29. Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Infelizmente ainda não tenho opinião formada sobre esse assunto.

30. Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Eu não quero estar a ser mazinha nem a armar-me em pseudo-intelectual mas eu para já não seleciono o que eu leio em função de quem escreve, mas sim em função ao conteúdo que é publicado e acabo por não dar muita atenção ao autor. Então não tenho alguém que aponte como personalidade relevante, dentro do jornalismo português. Se falarmos na indústria dos festivais de música já tenho várias personalidades que considero relevantes, mas no jornalismo musical não.

31. Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Como referi anteriormente um dos sites que acompanho regularmente é o Bodyspace para mim é uma publicação muito relevante uma vez que sinto que a filosofia e valores como marca vai de

encontro aos meus valores e filosofia como consumidor. Eles dão muito destaque a projetos pouco conhecidos mas com uma aura enorme de qualidade e isso é de louvar. Quando uma publicação mete os valores sociais à frente das necessidades económicas (o que é extremamente raro pelas questões de sustentabilidade da organização) já está a criar um posicionamento diferenciado e isso acaba por chegar ao consumidor mais inteligente, que procura realmente por conteúdo de qualidade. Para mim o Bodyspace é o mais relevante. Mas lá está isso depende do tipo de música que a pessoa gosta. Se eu gostasse de música mais pesada certamente que acompanharia a Rock'n'Heavy ou o Ponto Alternativo.

Eu também comecei a acompanhar mais recentemente o Música em DX, Ruído Sonoro e MusicFest.pt mas não considero que sejam tão relevantes como os anteriores 3.

32. O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Eu considero que sim, na medida em que este dinamismo proporciona uma maior descentralização do conteúdo em certos bandas/artistas e por isso há um maior conteúdo disponível para se abordar no jornalismo musical.

33. Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Sem dúvida que será baseado em segmentação de mercados. Estamos a sentir isso cada vez mais. Os mass media já foram significativos em tempos mas creio que no futuro deixarão de ter tanta relevância. Estamos a viver numa era da personalização e creio que o jornalismo musical também caminha nessa tendência e que vão haver cada vez mais publicações em áreas cada vez mais de nicho, isto porque a regra de Pareto efetivamente funciona e os mercados de nicho trabalham com pessoas com traços muito específicos e definidos que requerem uma comunicação também muito específica. Por isso o futuro está sem dúvida no tipo de conteúdo publicado e numa segmentação de mercado eficaz. Também de referir o posicionamento que é a chave para chegar a potenciais consumidores.~

2. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

11. Conhece as publicações? Se sim, porquê?

Peço desculpa, mas infelizmente não.

Creio também que por não conhecer as publicações não vou conseguir responder às perguntas a seguir.

12. Quais as principais diferenças entre ambas? Porquê?

13. Como avalia a sua importância? Porquê?

14. Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

15. Acha que as diferenças entre ambas as publicações marcarão o futuro do jornalismo musical?

Guiões das entrevistas semi-diretivas: responsáveis por blogues/sites especializados em música

BLOGUES

Entrevistado (a): Lino Galveias
Entrevistadora: Irene Leite
Data: 14/4/2017
Local: Gaia e Praga
Duração:

Hora de Realização: 10.50

Elementos Gerais de caracterização sociográfica:
Idade: 33
Sexo: M
Profissão: Técnico de IT Support
Escolaridade: Licenciatura em Animação Socioeducativa
Percurso Profissional: Guia de enoturismo, tradutor, funcionário da ExxonMobil e agora da DXC
Residência: Praga, República Checa
Contatos: 917784030 / linogalveias@gmail.com

Elementos gerais de caracterização do blogue
Designação precisa:
Endereço na internet:
Contactos:
Temáticas:

Notas:

- Explicar os motivos da realização da entrevista e os seus objetivos
- A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
- Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
- Pedir toda a documentação e informação possível

0. Relação do entrevistado (a) com o blogue/site

1. Ligação ao blogue/site. Razões e condicionantes

Membro da equipa desde Janeiro de 2012. Já seguia a página do facebook do *Som à Letra* e a minha ligação surgiu da ideia de o grupo ter iniciativa social, dando origem ao conceito de Som Cívico. Comecei posteriormente a intervir no projecto *Som à Letra*, mais tarde *Scratch Magazine*, ajudando a criar e escrever conteúdos, artigos, críticas, divulgação à comunidade pelo facebook.

2. Origem, funcionamento e lógica do blogue~

19. Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Irene Leite, com um *blog* de divulgação artística.

20. Como e quando nasceu o projeto?

2009

21. Como é o vosso modelo de negócio?

Não tenho informação para responder

22. Quantas pessoas colaboram no projeto? De que forma colaboram?

Todos ajudam, à sua medida, a desenvolver conteúdos, outros também ajudam na sua divulgação.

23. Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Na minha opinião a criação de conteúdos como rádio *online*, crítica de concertos e acreditação oficial como meio de comunicação, a rádio online, a organização do blog e o nome *Scratch Magazine* ajudaram muito ao seu desenvolvimento, bem como a entrada de várias pessoas ou, pelo menos da sua pontual contribuição que ajudaram à sua pluralidade, diversidade.

24. Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

A publicação é feita por leitores independentes do que se escreve no mundo das artes

2. Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

34. Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Há algum pluralismo mas também há muitas falsas notícias e desinformação, dando mais destaque à vida privada dos artistas e escândalos que à música, ao seu objectivo como artista, etc.

35. Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Acompanho a *Blitz*, o facebook de críticos como Álvaro Costa, páginas de revistas musicais como a *Rolling Stone* ou de músicos nacionais que vão comentando a música.

36. Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Em certo modo, sim, pois faltam mais publicações e escritores independentes. Há poucos meios que divulguem o jornalismo musical e há um grande monopólio de alguns meios de comunicação social e críticos que nem sequer cativam mais pessoas a desenvolver conteúdos. Além disso as críticas musicais soam-me sempre semelhantes, dominando os nomes grandes da música e dando pouco destaque a bandas mais pequenas, do circuito mais informal ou que se procurem lançar, bem como de nomes mais ligados a outras sonoridades. Além disso faz falta mais bares e locais com música ao vivo para amadores. Isso faria crescer a massa crítica e o gosto pela divulgação musical.

37.

38. Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a *Blitz* e a *Loud*, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Considero que há um monopólio desses grandes nomes, tal como os grandes jornais com os críticos do costume. E mesmo a *Blitz* já foi muito superior. E depois há o jornalismo feito por membros de pequenas comunidades, como a *Scratch*, alguns blogs, Rádio Universidade de Coimbra (que divulga muitos artistas nacionais e internacionais de menor escala), entre outros.

39. Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Há muito para fazer ainda.

40. Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Monopólio dos grandes meios de comunicação social e de alguns críticos, que por vezes fazem um trabalho decepcionante nas suas críticas pois soam um pouco ao mesmo.

41. Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Faz falta mais divulgação musical em Portugal. O fim de programas televisivos que havia na área nos anos 90, como o Top+ ou outros onde iam muitos grupos tocar ao vivo, foi muito mau.

42. Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

43.

Não domino o tema. Mas admiro muito o Álvaro Costa pelo seu conhecimento e paixão pela área.

44. Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

A Blitz devido à sua história, mas estão um pouco na sombra do que já foram devido aos conteúdos. O Mundo da Canção pela sua história também.

45. O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Há mais músicos, a internet ajuda a divulgar tal como alguns programas internacionais que ajudaram a divulgar nomes (como os Dead Combo e a Carminho no No Reservations do Anthony Bourdain), há mais artistas portugueses a actuar lá fora, há mais pessoas que surgiram no meio para divulgar música portuguesa e que fogem também do domínio das grandes editoras e publicações.

46. Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Há mais músicos em vários estilos musicais, como rock e world music / música tradicional, há mais músicos portugueses a actuar fora do país, a internet ajuda a divulgar e sobretudo devido à emigração que também leva nomes para os amigos poderem escutar....

3. O caso específico do *Mundo da Canção* e da *Scratch*

16. Conhece as publicações? Se sim, porquê?

Só da Scratch por colaborar. Só conheci o Mundo da Canção pela Scratch mas reconheço ali todo um conhecimento de décadas e um património cultural imenso.

17. Quais as principais diferenças entre ambas? Porquê?

Não conheço.

18. Como avalia a sua importância? Porquê?

A Mundo da Canção tem todo um património e uma história que falam por si, desde a censura até à organização de concertos de enorme valor cultural e histórico, as publicações... a SM tem o valor de ser uma comunidade recente, independente, de pessoas que conhecem o panorama actual e passado do mundo artístico e que procuram intervir. E que, num mundo de publicações aos milhares nas redes sociais, conseguem cativar milhares de pessoas para a seguir.

19. Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Mais divulgação artística, mais colaboração futura, fazer mais história.

20. Acha que as diferenças entre ambas as publicações marcarão o futuro do jornalismo musical? Tenho esperança de ver isso acontecer. Em certo modo já marcam pois são publicações que vieram romper com estagnação o panorama do jornalismo artístico e, no caso da Scratch, da participação activa de leitores e seguidores nas publicações, da proximidade com artistas, os quais abordam ou são abordados para divulgação de materiais, da diversidade e do facto de muitas pessoas a ela ligadas terem outras ocupações.

Guiões das entrevistas semi-diretivas: responsáveis por blogues/sites especializados em música

BLOGUES

Entrevistado (a): Cátia Cruz
Entrevistadora: Irene Leite
Data: 14 de Abril 2017
Local:
Duração:
Hora de Realização:

Elementos Gerais de caracterização sociográfica:
Idade: 32
Sexo: Feminino
Profissão: Técnica Superior de Educação
Escolaridade: Mestrado em Ciências da Educação
Percurso Profissional: Técnica de Apoio Social, Técnica de ATL e Apoio Pedagógico, Promotora, Empregada de Mesa
Residência: Vila Nova de Gaia
Contatos: catiacruz.scratchmag@gmail.com

Elementos gerais de caracterização do blogue
Designação precisa:
Endereço na internet:
Contactos:
Temáticas:

Notas:

- Explicar os motivos da realização da entrevista e os seus objetivos
- A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
- Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
- Pedir toda a documentação e informação possível

0. Relação do entrevistado (a) com o blogue/site

Editora

1. Ligação ao blogue/site. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica do blogue~

25. Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

A fundadora do projeto é a Irene Leite. Ela criou o jornal, porque achava necessário criar um media dedicado à cultura, especialmente à cultura musical, uma vez que essa área, regra geral, tem sido deixada para terceiro ou quarto plano no nosso país.

26. Como e quando nasceu o projeto?

O projeto nasceu em 2009 sob a forma de blog.

27. Como é o vosso modelo de negócio?

Ainda não está definido.

28. Quantas pessoas colaboram no projeto? De que forma colaboram?

Entre 15 a 20 pessoas em regime de voluntariado.

29. Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Penso que o grande marco foi o registo na ERC a oficializar o media, que alterou o nome para Scratch Magazine. As diversas reportagens de concertos que temos vindo a fazer também têm ajudado a trazer cada vez mais leitores à revista e chegámos também a criar diversos programas de rádio para uma fase mais avançada do projecto. O público também foi muito receptivo.

30. Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

Penso que a nossa publicação tem um papel muito importante, pois é das poucas publicações dedicadas à cultura. O nosso grande foco é a música, apesar de também abordarmos literatura, cinema e outras artes. A nível da música portuguesa em particular, temos ajudado a divulgar novos artistas e também a relembrar grandes nomes do panorama musical português.

2. Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

47. Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Penso que, no geral, as pessoas estão e querem estar cada vez mais e melhor informadas. Por outro lado, há também, infelizmente, alguns sites que fabricam notícias apenas com o objectivo de causar sensacionalismo e ganhar leitores de forma fácil. E ainda há muitos leitores que aderem a esse tipo de artigos e divulgam-nos como se fossem histórias verídicas, sem terem o cuidado de verificar se a fonte é fidedigna.

48. Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Sim, penso que uma ótima forma de nos mantermos actualizados sem ter de recorrer à tradicional televisão, que se tornou desde há muitos anos o meio preferencial de grande parte da população.

Além da *Scratch*, acompanho o *Jornal Etc & Tal*, um jornal online generalista da cidade do Porto.

49. Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Absolutamente! O jornalismo cultural não é algo com grande investimento em Portugal. O pouco que existe é do domínio de algumas grandes empresas que, de certa forma, andam sempre

em torno dos mesmos artistas e bandas, sem dar muito destaque aos variadíssimos grupos novos que se vão criando todos os anos.

50. Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Sim e não. De facto existem essas publicações de âmbito nacional, mas são tão residuais que acabam por não ter grande expressão. Como já referi, as grandes empresas dominam muito esta área e muitas vezes até preferem fazer reportagens sobre as vidas pessoais dos artistas do que propriamente do seu trabalho artístico.

51. Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Penso que a grande vantagem é que ainda há muito caminho para percorrer, o que significa que os horizontes estão abertos a muitas possibilidades.

52. Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Novamente, o monopólio das grandes empresas de comunicação.

53. Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Como já referi, ainda há poucas apostas nesta área, mas, do meu ponto de vista, um marco histórico no jornalismo musical português é, sem dúvida, a revista Mundo da Canção, quer pela inovação, quer pela época em que surgiu.

54. Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Desconheço.

55. Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

A meu ver, a Mundo da Canção é a publicação mais importante até à data em termos de jornalismo musical. Foi uma revista que marcou uma geração.

56. O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Há cada vez mais artistas de diferentes estilos musicais e as novas tecnologias têm sido uma mais-valia na sua promoção, além de também conseguirem maior projecção lá fora. Isso tudo tem ajudado até na criação de novas editoras, mais independentes, que se interessam pelos artistas fora do mainstream, e, consequentemente, o pouco jornalismo musical que se vai fazendo cá vai indo aos poucos ao encontro dessas novas tendências e desses novos artistas.

57. Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Maior promoção de novos artistas de diferentes estilos musicais, essencialmente no formato digital.

3. O caso específico do *Mundo da Canção* e da *Scratch*

21. Conhece as publicações? Se sim, porquê?

Conheço a Scratch por ser uma das colaboradoras. A Mundo da Canção conheci com o meu trabalho na Scratch.

22. Quais as principais diferenças entre ambas? Porquê?

A Mundo da Canção foi uma revista física durante cerca de 20 anos, criada numa época no período do Estado Novo com o objetivo de divulgar a música portuguesa, em particular os artistas de oposição ao regime. Nessa época foi a única revista portuguesa dedicada exclusivamente à música, daí ser um marco no jornalismo português.

A Scratch é uma revista on-line recente e ainda com poucos anos de vida. Apesar de se focar na cultura musical, a Scratch também abarca outros tipos de cultura, como a literatura e o cinema.

23. Como avalia a sua importância? Porquê?

Quanto à Mundo da Canção, ela é uma referência na história portuguesa, não só a nível do jornalismo musical, mas também porque foi uma revista que marcou uma época, tendo passado pelo Estado Novo e pela transição para a democracia.

A Scratch tem a vantagem de ser uma publicação recente na era das novas tecnologias, com público também dessa geração e conhecedor de música.

24. Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Maior promoção dos novos artistas e parcerias com outros projectos.

25. Acha que as diferenças entre ambas as publicações marcarão o futuro do jornalismo musical?

Penso que sim. Ambas as publicações querem marcar pela diferença, querem mostrar que é possível fazer jornalismo musical de qualidade. No caso da Scratch, destaca-se aqui a grande interação com os leitores e com os artistas que nos contactam.

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: João David Nunes
Data:
Local: Madalena (Vila Nova de Gaia)
Duração: 30 minutos
Hora de realização: 10h30

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade: 70 anos
Sexo: Masculino
Profissão: ex radialista
Percursos Profissionais: Radialista, diretor da rádio comercial (após privatização) Diretor geral da briefing e advocatus
Escolaridade: Licenciatura
Residência Lisboa

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

Fui leitor esporádico da Mundo da Canção.

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Ao longo da minha profissão fui um dos fundadores da revista *Música & Som*. Eu nunca exerci verdadeiramente jornalismo musical. Eu como era uma pessoa atenta ao mundo musical, e como ouvia, passava e divulgava muita música, achei natural quando me convidaram para fazer o que fiz na *Música & Som*. Por outro lado, tive colaborações dispersas com artigos, ou análises de discos, entrevistas... No que diz respeito a coisas publicadas. Claro que em rádio fiz outras coisas.

Como e quando nasceu o projeto?

A *Música & Som* começou entre 1975, 1976. Com aquele formato inicial ainda durou uns 10 anos. Depois alargou para um formato que abarcava o vídeo. Depois evoluiu para *Video, Música e Som*. A partir daí já não estava tão relacionado com a publicação.

A *Música & Som* nasceu, basicamente e acima de tudo pela iniciativa de uma pessoa, o Artur Duarte Ramos que foi o proprietário da *Música & Som* e que antes tinha estado numa outra revista pequenina de bolso que existiu e que se chamava *Telesemana*. A *Telesemana* foi dirigida durante muitos anos pelo Pedro Rolo Duarte. Uma pequena revista onde apareciam várias coisas ligadas à música. O Artur Duarte Ramos tinha um interesse especial pela história da música, teve uma conversa com meia dúzia de pessoas a propósito do projeto da *Música & Som*. Hoje em dia é sempre engraçado rever artigos e reportagens que lá foram publicados e que de alguma maneira são o espelho daquela época. Eu posso recordar, entre as pessoas que trabalharam lá: Jaime Fernandes, que também era meu colega na rádio, o Bernardo Brito e Cunha que é um jornalista que atravessa de forma transversal várias publicações. Esse é que é verdadeiramente um jornalista musical. Estava lá muita gente com experiência de rádio, o António Sérgio, por exemplo que também acabou por entrar para a *Música & Som*. O João Menezes Ferreira que fazia um programa comigo na Comercial a determinada altura que se chamava a Idade do Rock e fazia de meu parceiro na análise de álbuns. O David Ferreira também passou por lá, que me lembre. Foi uma escola para grandes profissionais.

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

O dinamismo entre as rádios e a imprensa era notório. E isso foi uma época [anos 80] e a maneira como se organizam atualmente as rádios e o chamado jornalismo musical, não propicia tanto essa situação. Mas essa ligação pode sempre existir. Sem dúvida que os grandes meios de divulgação musical e, apesar de tudo, continuam a ser a rádio e as revistas da especialidade. Isto para além das discotecas.

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

Referindo-me ao MC foi uma publicação importante na divulgação de música de vanguarda. A *Memória do Elefante* também foi excelente. Acho que foi uma publicação especial. Como sabe, foi publicado no Porto. Mas acabou por chegar a Lisboa, pois houve alguma gente em Lisboa

que se interessou pelo fenómeno. Porque naquela época era uma manifestação naquilo a que se chamava "Contracultura". Foi um fenómeno que existiu com o Maio de 68 em França. E, por outro lado, levava muito em conta teorias filosóficas e até políticas em alguns casos.

Eu não sei se conhece um livro: *Guy Debord, A Sociedade do Espetáculo*. O livro é um clássico daquele tempo e é um clássico da Contracultura. Foi publicado em Portugal nos inícios dos anos 70, por volta de 1972. E que eu me lembre, saiba, não voltou a ser publicado. É inacreditável a premonição que este homem teve, independentemente das questões políticas e filosóficas que possamos discutir em relação a ele, ou sociológicas. Ele descobriu, previu como evoluiu a sociedade dos nossos dias. Hoje em dia nós lemos o que ele diz e comentamos: "nós estamos a viver isto". Nós efetivamente vivemos na *sociedade do espetáculo*. Agora ele defendia isso como uma arma política. Tinha outras questões envolvidas. A simples descrição da sociedade em relação ao deixar de ser para preocupar-se apenas a ter. E que as coisas que só se passam nos meios de comunicação é que verdadeiramente existe, o que passa fora, não existe. São conceitos que eu há 45 anos já defendia.

Em relação à *Memória do Elefante* era uma coisa empenhada mas, no entanto, dando atenção à evolução do que poderia ser a música portuguesa. Lembro-me que deram atenção a fenómenos como o Quarteto 1111, Filarmónica Fraude, José Afonso...

Tinha dois amigos que trabalharam lá. Um essencial foi o Jorge Lima Barreto que já faleceu. Ele escreveu muitas coisas sobre música. Uma pessoa com grande capacidade de reflexão. Mas há outro que apresenta uma ligação à música mais global do que o Jorge Lima Barreto, que sempre teve um nicho. Falo de João Afonso de Almeida. Era do Porto, muito amigo do António Pinho dos Filarmónica Fraude e depois da Banda do Casaco. Mas o João Afonso de Almeida foi sempre um trabalhador da música na área das relações públicas e da relação com as rádios e imprensa. Ele trabalhou nas principais editoras portuguesas. Contactou com grandes intérpretes internacionais e nacionais.

Quanto ao Mundo da Canção, já não acompanhava tanto. Não posso reflectir muito sobre isso. Mas foi uma publicação que deu atenção à música de vanguarda. Mas paralelamente existiam revistas extremamente populares que divulgavam a chamada música *mainstream* que se ia fazendo na altura, que era a *Plateia*, mais ligada aos espetáculos, ao cinema. Mas também dedicava atenção à música. Houve outra do Rádio Clube Português que se chamava *Antena*. E nos jornais havia alguma secção dedicada à música. Mais tarde, com o fenómeno punk aconteceu algo muito engraçado e que merecia ser estudado que também corresponde a um nicho tal como a Memória do Elefante: as fanzines. Eu lembro-me que o António Sérgio tinha uma.

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o boom dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Vivemos na sociedade do espetáculo.

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual? Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Não acompanho o suficiente.

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Sim, há sempre os suplementos...

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?
 Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?
 Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?
 Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Bernardo Brito e Cunha, Jorge Lima Barreto ou António Sérgio.

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
 O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?
 Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?
 3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch
 Quais as principais diferenças? Porquê?
 Como avalia a sua importância, porquê?
 Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: Avelino Tavares
Data
Local: Porto
Duração: 60 minutos
Hora de realização: 16 horas

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade: 79 anos
Sexo: Masculino
Profissão: Reformado
Percorso Profissional: Produtor e Gestor Musical
Escolaridade: licenciatura em Francês
Residência ; Porto

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma
 A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento
 Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença
 Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

Edição de revista “Mundo da Canção”

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

Promoção e divulgação de concertos e festivais. O meu avô tinha uma gráfica. Depois houve uma fase da minha vida particular, política... estava cheio disto. Tinha uma correspondente em

França que um dia no Verão veio cá. Eram duas famílias. Sabia mais do Porto e de Portugal do que eu [risos]. Eu senti-me atrapalhado porque foi a primeira vez que visitei muita coisa. Ela estava a estudar para engenharia química. Desci com eles até Nazaré, Coimbra, mas...fomos para a esquadra. Atenção que isto é muito importante. Então eles disseram: "você não pode andar, a lei não permite". Todos ficaram muito chateados, perguntaram-me o porquê da situação. Isto há 50 e tal anos. Eramos quatro e lá fomos para a esquadra. Passando à frente, depois falei com a família e perguntei: "quanto é que me podem dispensar?" (...) Vou ganhar uma bolsa e tal. E, assim, eu parti para França. Foi a melhor coisa que fiz na minha vida: sair daqui. Estive três anos fora e vi muita coisa.

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Avelino Tavares. O apelo a uma juventude atenta. Eu vou contar uma cena, que sempre que passava lá naquele sítio marcava-me. Durante a viagem e numa das paragens decidi parar para tomar o pequeno almoço. Tinha uma esplanada e estava um dia de sol bonito. E eu vejo um guarda, da PSP deles, lá [França]. E eu pensei, "não pode ser". Os polícias apresentavam uma postura "chique". Totalmente contrastante com Portugal. Aqui era tudo mais agressivo. Depois lá era tudo diferente.

Como e quando nasceu o projeto?

16 de Dezembro de 1969

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Dez críticos e jornalistas.

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

A minha amiga tratou-me de tudo. Ela ajudou-me muito porque eu ia com os olhos tapadinhos. Como deve calcular, era um mundo totalmente diferente. E eu apanhei um choque. O contato com as mulheres, o falar, o à vontade. Sem maldade. Aqui em Portugal, não. Namorava-se na janela. Isso era muito engraçado. Lá não havia nada disso. Havia um à vontade. [pausa] Ora bem, nesta estadia de três anos, eu vi todos os grandes nomes franceses. Basta ver o historial que há utopias e sonhos que concretizamos. Recebi posteriormente nomes cá, que já tinha visto em França, no Teatro Municipal Poutié. Todos os artistas na altura passavam por esse teatro municipal. Eles afixavam de mês para mês e nós íamos. Havia uns lugares baratos na plateia. Aquilo estava sempre cheio. Eu era cinema e música. De tudo, Brel Por conseguinte criei uma cultura...depois todos os meus amigos e amigas tinham todos discos e eu comprei um gira discos .

Nós tínhamos um cineclube, nós, os estudantes. Ali confluíam muitos estrangeiros. Espanhóis, ingleses, alemães, finlandeses.... Depois havia outra coisa muito importante...que eram as festas dos estudantes na faculdade. Havia lá, o que é correspondente à queima das fitas cá. Em França eram grandes salões. Vinham grandes orquestras de Paris tocar. Era para ouvir, mas sobretudo para os homens dançarem. Tocavam para facturar, mas eram músicas com já muita qualidade. A minha vida completou-se... foi muito importante nesta área da música. Trouxe bagagem. Porque eu antes de ir embora tinha uma revista de música pequenina. Como tinha a gráfica, tinha a facilidade. É muito engraçado porque representa a evolução que eu tive. [revista *Ritmo*, que mais tarde adoptou o nome *Só Ritmo*]. Foi uma época muito importante da minha vida. Foi deixar isto. Por várias razões e mais alguma.

Eu vivi sempre em crise. Quando se fala nesta crise, eu não a sinto muito. Voltando à história do *Mundo da Canção*, o meu avô que tinha a gráfica convidou-me a vir para cá. E o resultado é que vim todo entusiasmado com muitas ideias. Eu adoro o papel, o cheiro a tinta.

Eu até tinha um jornal no liceu com outro amigo. E, portanto, eu sempre tive a mania das publicações. Tive outra revista que era a *Pop Top*, que era só tops. Esta última foi quase em simultâneo com a MC. Por conseguinte, o *Mundo da Canção* nasce a 16 de Dezembro de 1969. A minha estadia lá fora foi fundamental...foi o principal. Depois sofreu a influência do Maio de 68. Quer familiares, quer amigos mandavam as revistas, recortes de jornais do Maio de 68. Então regresso a Portugal e eu não percebo nada de negócios.

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

O propósito do *Mundo da Canção*....uns percebem logo, outros são mais lentos porque não sabem muito bem a realidade que vivemos. Sobretudo os de fora, não percebem. Aquilo é uma mistura. Se pegar nos primeiros números, vê coisas muito importantes. Porquê o Padre Fanhais? Porque vinha em destaque no programa *zip zip* por onde passaram os baladeiros todos. E ele foi o que teve mais impacto. A história da música em Portugal é muito interessante, apesar de ser, de todas as histórias, a mais abandonada. Primeiro será o teatro, o cinema, a música vem provavelmente em quarto lugar.

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o boom dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Não acompanho. Eu nunca paguei nada a ninguém, mas reconheço que hoje é mais difícil. A dificuldade financeira sempre existiu. Se os artistas não compram discos... e hoje em dia com a internet está pior. Tem lá tudo. Eu na internet vejo apenas sites de artistas e festivais. Eu gosto de papel. Gosto de desfolhear, tomar notas, pegar num lápis, um marcador. Mas está tudo a mudar.

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?
Não acompanho nenhuma publicação em específico.

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?
Sim.

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Não. O jornalismo Musical em Portugal não existe por uma única razão. Num país como Portugal com 10 milhões, só a *Blitz* não pode ser. Tem que haver mais publicações.

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?
Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Pré e pós revolução.

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

4. O caso específico do *Mundo da Canção e da Scratch*

Quais as principais diferenças? Porquê?

Contexto político, social e económico.

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: Nuno Pacheco
Data
Local: Porto
Duração: 35 minutos
Hora de realização: 18h30

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade: 62 anos
Sexo: Masculino
Profissão: Jornalista
Percurso Profissional: Público
Escolaridade: Licenciatura
Residência : Lisboa

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

0.1-Ligação ao *media*. Razões e condicionantes

Comecei a comprar a revista *Mundo da Canção* quando ela iniciou a publicação, aí por volta de 1969 - embora não tenha apanhado o primeiro número, consegui comprar o segundo e adquiri-a ininterruptamente desde aí. Eu nasci em 1955, tinha portanto catorze anos.

Aquilo o que transmitia era sobretudo uma opinião, uma discussão aberta e acesa sobre as tendências da música, não só a nível nacional - foi aquele período do nacional cançonetismo,

por um lado, e por outro a emergência da nova música portuguesa, e a *Mundo da Canção* ajudou a difundir, entre outros, o Zeca Afonso, o António Franco, o Adriano Correia de Oliveira, todos eles passaram pelas páginas do Mundo da Canção – como a nível internacional.

Tudo o que possa imaginar, desde King Crimson, os primeiros lançamentos... ou seja, ia-se às discotecas para ouvir as canções e comprar logo, os discos de que o *Mundo da Canção* falava, sobre os quais, por vezes, se escrevia quase um tratado filosófico... Isto, porque a música não era apenas para se ouvir, descartar e deitar fora; era algo sobre o qual se pensava. Uma das coisas em que o *Mundo da Canção* nos ajudou muito foi precisamente a pensar a música.

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Como e quando nasceu o projeto?

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Naquela altura já era um bocadinho à frente, já se fazia a crítica àquele jazz como sendo algo um pouco ultrapassado... Mas a revista ajudou-nos muito a formar opinião. E mesmo quando não concordávamos com o que líamos, aquilo incitava-nos ao debate e ajudou-nos a ter um olhar muito crítico sobre a música. Não se tratava apenas de ouvir, consumir e deitar fora...

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

E o Mundo da Canção, na altura, tinha uma grande preocupação de olhar para tudo o que pudesse ser um alerta social, etc. É evidente que no meio disto tudo havia uma imensa variedade de artistas. Depois entravam os Stones e essa gente toda. E havia o chamado artigo de fundo...

Escrevia-se nas entrelinhas, era normal. O máximo que se arriscava era a revista ser apreendida rapidamente, e isso não era do interesse de ninguém. É evidente que nós também começámos a ter naquela altura algumas posições contra o regime, tudo aquilo que descobríamos e achávamos que era do “contra” íamos a correr ver: o José Mário Branco, o Sérgio Godinho...

Sempre tudo feito de forma subreptícia – embora não estivesse na imprensa, sei disto porque conhecia pessoas que trabalhavam nos jornais -, inclusivamente nos jornais: quando se queria que uma notícia fosse lida não se utilizavam palavras que a censura iria de certeza cortar, mas sim palavras em “código” que os leitores reconheciam. E o que se fazia nessas revistas, assim como em outras, como a *Memória de Elefante*...

De referir ainda que o MC editou livros e editou discos também. E sobretudo promoveu muitos espectáculos. Ou seja, o papel do Mundo da Canção é inestimável na música portuguesa, não tenho a mínima dúvida. O trabalho que eles fizeram ao longo destes anos mais ninguém o fez da mesma maneira. O Mundo da Canção foi a única organização que se conseguiu dividir em várias áreas de actividade no panorama da música.

2-Tendências e estruturas do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o boom dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

É diferente, porque hoje em dia não só há, de facto, uma sociedade do espectáculo, como ele está super-democratizado, com as próprias pessoas a participarem e a serem autores desse espectáculo, falando, intervindo, criticando, fazendo barulho... Naquele contexto era um

bocadinho diferente, porque recebíamos uma coisa vinda de fora e aquilo que eram os ecos do que saía na revista tinha não apenas a ver com ela, mas também com a relação que estabelecíamos com o que lá estava escrito e com a maneira como reagíamos àquilo: bem, mal, enfim...

Hoje em dia é possível reagir instantaneamente a qualquer coisa que aparece. Eu posso estar a ler sobre um determinado grupo e ao mesmo tempo a escutá-lo, no youtube ou no próprio site do grupo, e a relação que se estabelece é muito diferente. Imagine: eu pegava no *Mundo da Canção* e via lá um disco de um grupo. No dia seguinte ia à procura à discoteca e o disco ainda não tinha chegado, tinha de esperar uma semana ou às vezes mais, não conseguia comprá-lo e ouvi-lo logo.

Porque se trata de copiar o trabalho dos outros. E nesse caso é quase criminoso: pegar no trabalho de alguém e limitar-me a publicá-lo como se fosse da minha autoria. Houve um caso com um disco que saiu no ano passado, onde tudo o que aparecia escrito não passava de variantes, com citações gigantescas mas não atribuídas, em torno do press release da editora. Era verdadeiramente assustador. Eu até devia ter guardado isso como caso de estudo, mas não cheguei a fazê-lo.

Mas isso existe, basta procurar com alguma atenção. Se seleccionar um excerto de um press-release de uma editora e o colocar como objeto de pesquisa, verificará que o mesmo texto aparece em vários sites e em diferentes contextos. E, por vezes, assinados mesmo por diferentes pessoas... Isso é assustador porque, por uma lado, reduz o papel do jornalista, ou do pivot, a um mero papagaio das editoras...

Com certeza, é acabar com o trabalho do jornalista, ele deixa de valer a pena. Para isso, mais vale que a empresa propague o seu artista como quer e nós vamos todos para casa, escusamos de estar aqui. Aquilo que ainda justifica o papel do jornalista, ou do crítico ou do divulgador musical, é um mínimo olhar sobre aquilo que se aborda. E, sobretudo, nunca “engolir” os comunicados de uma editora, que tem por única missão propagandear o seu artista.

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Enquanto profissional que trabalha com a música, costumo recorrer mais às fontes diretas, nomeadamente aos *sites* dos próprios artistas, para saber o que eles andam a fazer; e leio menos, confesso, aquilo que é o trabalho sobre determinado grupo. Quando preciso de abordar algum artista em específico, faço um varrimento por vários sites à procura de quem escreveu sobre ele, perceber que tipo de apreciações são feitas, etc. Mas o meu olhar é um pouco atípico, porque é o olhar de um profissional e não de um mero consumidor. A lista de temas que tenho de abordar todas as semanas é tão extensa que a minha pesquisa se baseia sobretudo naquilo que eu vou tratando.

Mas há coisas interessantes e bem feitas na Internet, quer em Portugal quer no estrangeiro, onde se nota um apurado sentido crítico. No entanto, há também muita coisa deplorável, nomeadamente quando se limitam a reproduzir integralmente o press release das editoras - já cheguei a ler online, aliás, press-releases assinados como se fossem de autoria própria... isso é uma coisa sinistra. Podiam pelo menos fazer uma referência à editora... Mas não, tem uma linha ou duas de introdução e o resto é *ipsis verbis*...

É frequente ver datas e nomes trocados, e mesmo algumas coisas mal escritas. Embora a responsabilidade seja de quem revê aquilo que faz, muitas vezes deve-se à pouca maturidade das pessoas que estão a escrever.

Já tenho visto coisas de arrepiar os cabelos. Casos de nomes que aparecem escritos de forma errada e que, no entanto, aparecem corretamente nos comunicados difundidos pelas editoras. Por isso, se não houver um olhar crítico sobre aquilo que sucede, de facto não vale a pena haver jornalismo musical...

As pessoas habituaram-se a acompanhá-los e provavelmente vão lá mais depressa do que irão a um jornal. Porque num jornal nunca sabemos quando sairá aquele tema que estamos à procura... Não quer dizer que isso automaticamente melhore o impacto de cada artista junto do público, mas ajuda à reflexão e à diversidade.

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorde com essa afirmação?

Se olharmos para o jornalismo cultural em geral, qual é a arte mais privilegiada? É o cinema. O cinema, em termos de crítica, é geralmente a área que obtém maior destaque em toda a imprensa...

Porquê? Por um lado porque ainda há muita gente que aprecia o “jogo das estrelas” – todos querem saber quantas estrelas deram a determinado filme, ao passo que raramente alguém pergunta quantas estrelas deram a determinado disco. Por outro lado, temos de nos lembrar que há parentes ainda mais pobres, como o teatro, coitado... .. muito pior, muito pior do que a música. Porque a música, como é uma indústria forte, ainda consegue colocar alguma pressão sobre os jornais. No teatro, é preciso assistir ao ensaio, ver o espetáculo no dia da estreia... Ora, para quem anda diariamente muito atarefado torna-se quase impossível de dar esse tipo de cobertura. E isso de facto põe o teatro numa posição muito pior.

De um modo geral, pode dizer-se que a música vem logo a seguir ao cinema em termos de tratamento ao nível das artes. As artes plásticas também conseguem ter algum destaque, mas se há jornais que lhe dão alguma importância, outros nem por isso. Mas há jornais que nunca mais fizeram crítica de artes plásticas. Divulgam notícias de exposições, mas crítica de artes plásticas não fazem...

Já houve um tempo em que havia vários suplementos culturais com impacto. Hoje há o JL - *Jornal de Artes, Letras e Ideias*, que continua a abranger várias áreas, umas mais outras menos. A literatura, por exemplo, também tem uma abordagem razoável – é uma arte que é capaz de ficar mais ou menos a par com a música, porque os escritores hoje em dia já têm mais visibilidade, aparecem por todo o lado, vão à televisão...

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Eu acho que todos jornais têm, de alguma maneira, uma abordagem ao jornalismo musical. O *Correio da Manhã* publica notícias sobre música, com entrevistas e tal... Depois, há outros jornais, o *Diário de Notícias*, por exemplo, que também fala sobre música. O JN também. O Público também faz, à música, etc. Depois há os *sites*, onde isso aparece...

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Hoje em dia a noção de novidade desapareceu. A pressão que deriva de uma oferta excessiva cansa de tal modo as pessoas que elas a certa altura dizem: “já não quero ouvir”. Só quando nos aparece alguma coisa muito interessante conseguimos parar e dizer: “bom, há aqui alguma coisa diferente do resto”... Há, enfim, muito ruído em torno das coisas, o que não nos dá tempo para refletir. O grande drama é esse: reflete-se pouco sobre o que se ouve e o que se vê, e isso transforma-nos um pouco em consumidores quase “porque sim”.

Quando era mais novo, eu juntava o último dinheiro para poder comprar um disco... hoje em dia já ninguém faz isso. O facto de muita dessa oferta ser gratuita faz com que, por um lado, o mercado seja já muito incaracterístico; por outro, não haver gosto por adquirir um disco e dispor dele com mais assiduidade. Está tudo disponível *online* e isso faz com que haja uma relação mais incipiente com o que nos rodeia. Talvez também por isso a crítica não possa ser assim tão forte..

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Avelino Tavares é um deles, sem dúvida.

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Há mais sites o que é positivo, mas sempre com cautela relativamente à forma como a informação é veiculada.

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Diretivas: Editoras

Editoras e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: David Ferreira
Data
Local : Madalena (Vila Nova de Gaia)
Duração: 28 minutos
Hora de Realização 11h00

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade: 63
Sexo: Masculino
Profissão : Editor; Investigador
Percursos profissionais: Valentim de Carvalho
Escolaridade: Licenciatura
Residência
Estatuto jurídico da editora
Designação precisa: EMI/Valentim de Carvalho
Localização precisa
Contactos

Notas

Perguntar inicialmente ao entrevistado: Como aparece ligado á Editora? Porquê?
Condicionantes?

0-Relação do entrevistado (a) com a editora

Responsável EMI-Valentim de Carvalho

0.1-Ligação à publicação. Razões e condicionantes.

Qual a sua opinião e ligação relativamente à revista Mundo da Canção? E relativamente À Scratch Magazine?

1 -Origem, funcionamento e lógica

Pelo que tenho analisado no período dos primeiros três anos, o MC era um media atento. Mas com o Mundo da Canção pelo menos até 1973 funcionou. Que balanço estabelece deste media?

Reflectia-se sobre o material sonoro em si. No entanto, antes de mais é importante separar duas coisas: a minha posição como leitor e enquanto investigador. São duas situações completamente

diferentes. Enquanto consumidor, basicamente, não tive contato com a produção antes do 25 de abril. Mas assisti, digamos em "direto" ao nascimento e crescimento do semanário Blitz. E era leitor regular do *se7e*. Eu notava já na altura que os textos pouco me diziam. No entanto, os jornais constituíam uma fonte de informação. Depois, rapidamente a informação que chegava aos jornais portugueses começou a ser "triturada", isto é, à procura das fontes. Então comecei a ler, basicamente revistas e jornais estrangeiros. Eventualmente até alguns fanzines, que na altura começávamos a ter mais acesso, em Lisboa. Recebíamos as fanzines que continham pequenas notas sobre os discos. Já não propriamente o advento da internet enquanto consumidor. Porque deixei de me interessar de todo pelo jornalismo musical, enquanto consumidor. Não leio jornais. Acho que a última revista, que adquiri com alguma regularidade foi a inglesa *Wire*. Aquele interesse terá durado, dois, três anos. Porque aquilo, basicamente é "mais do mesmo". Isto é o meu percurso enquanto consumidor.

Como resume o trabalho da Mundo da Canção ao longo destes 45 anos? É que a publicação ultrapassa o impresso...Discoteca, livros, convívios...

Publicação de raízes marcadamente ideológicas.

Como era/é o relacionamento da editora Y com os media?

2-Tendências e estruturações do campo musical português

Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Pluralismo. É mais interessante todo este dinamismo. Escrever do que se gosta...

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Há um certo barroco na escrita e vou falar de dois casos que considero enquadrados do Ipsilon e da Blitz.

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Agora, sob a perspectiva de investigador, nunca tomei o jornalismo como meu objeto propriamente dito. Basicamente o jornalismo surge no meu trabalho de investigação. Basicamente nos meus três grandes tópicos de investigação que tive ao longo da minha vida nesta área. Interessou-me as publicações periódicas, os jornais, enquanto fonte primária para determinadas informações: as datas dos concertos, pessoas que estiveram nos concertos, repertório tocado nos concertos, discos. Portanto, nunca fiz uma análise ao conteúdo. Mais tarde, visto que fiz a etnografia de um grupo musical, com grande impacto mediático, que são os Xutos e Pontapés, os jornais e a crítica musical passaram a estar sob objeto de análise. Mas sempre na perspetiva de como é que os jornais viam os Xutos e Pontapés.

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

O certo barroco na escrita.

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Antes e pós 25 de Abril.

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
 Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?
 O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Portanto, já não sou da geração do "Pitchfork". Já não me interessa muito, até porque, motivos de trabalho, a música chega-me a partir dos próprios músicos. Não mediada, de certa maneira. Às vezes, quando vejo um concerto, posso ter curiosidade para ver o que as outras pessoas acharam....O facebook também é curioso, às vezes, em debates e discussões sobre o jornalismo.

4. O caso específico do *Mundo da Canção e da Scratch*

5.

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: António Freitas
Data
Local: Madalena (V. N Gaia)
Duração: 30 minutos
Hora de realização 02h30

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade:
Sexo: Masculino
Profissão: Radialista
Percorso Profissional: Radialista na antena 3, Colaborações na Loud e na Blitz
Escolaridade:
Residência : Lisboa

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

Estive na revista *Blitz* uns cinco anos e depois fundei a *Riff* . que deu posteriormente origem à *Loud*.

Estive antes na *Shock* que era um projeto simples, mas não foi uma coisa assim muito importante. No *Blitz* fui substituir o Pedro Cardoso, que era colaborador na área do metal, e depois comecei a escrever regularmente uma rubrica chamada “Arame Farpado”, onde publicitava muitas fanzines, newsletters e demos de bandas. E consegui implementar algo que, se não estou em erro, constituiu a primeira divulgação regular em Portugal no que se refere ao *Metal*, nomeadamente de artistas estrangeiros, publicando semana a semana uma entrevista com uma nova banda...A *Riff* foi uma espécie de tubo de ensaio para a *Loud*.

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Se não estou em erro, a *Riff* era composta por mim, pelo José Rodrigues, o Emanuel Ferreira e o Carlos Guimarães, juntamente com mais alguns colaboradores. Algum tempo depois, a *Riff* acabou – pelo menos para nós, porque a direção ainda tentou lançar mais alguns números depois de sairmos - e fundámos a *Loud*.

Em vez de fazer aquele jornalismo de crítica ou de opinião, sempre achei mais importante dar voz aos músicos. Fiz crítica, se assim lhe podemos chamar – que eu também não gosto – a discos, mas sinceramente não é o meu forte ou o que mais gosto de fazer.

Como e quando nasceu o projeto?

No seguimento da *Riff*.

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Eu já não faço parte da equipa há cerca de cinco anos, neste momento é o José Rodrigues que está à frente do projeto. Recordo esta experiência pelo sofrimento. Quando se pergunta o que não repetiríamos se pudéssemos voltar atrás no tempo, confesso que no meu caso abdicaria de alguns momentos que passei na *Loud*. Nomeadamente estarmos em cima do fecho da edição, não ter dormido, eu mais o gráfico a andar a 200 à hora... para entregar a prova dos fotolitos - aquilo já ia no formato digital - ao sr. Teixeira, que era o dono e que fazia a impressão da revista em Espanha... Esses momentos não gostava de revivê-los... Apesar de tudo, tenho muito orgulho em ter participado na produção de uma revista feita com uma atitude profissional, que explorava uma sonoridade que nos é muito querida e que foi algo de muito importante para a nossa cena musical no âmbito do *Metal*.

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

Os jornalistas da nova geração o dirão, mas foi muito importante para os leitores – que nos diziam isso mesmo. Nesse sentido, a revista era obviamente uma luz ao fundo do

túnel em termos de aprendizagem e de conhecimento sobre as bandas, do lançamento de novos artistas, sonoridades... Isso acontece sempre que surge uma nova geração. Para mim, foi importante quando era puto ler a *Metal Hammer*, que embora fossem revistas mais *mainstream* foi a partir delas que consegui perceber de bandas. Com o lançamento da *Loud* tentamos fazer precisamente isso, para que as novas gerações pudessem conhecer bandas como Marilyn Manson, Monster Magnet, Bongi, entre outras. Isso foi obviamente uma fonte de aprendizagem para essa geração.

2-Tendências e estruturas do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o *boom* dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Com o advento da Internet as coisas complicaram-se, porque as pessoas ganharam mais... Pois, têm eventualmente acesso ao mesmo tipo de *sites* informativos que os próprios jornalistas têm. O que sempre me frustrou – e abro aqui um parêntesis para referir que não sou jornalista, não tirei o curso de jornalista, eu sou simplesmente um radialista, um produtor de rádio, que escreve sobre música e que gosta muito de música, não só de *Metal* mas também de outras sonoridades – em fazer jornalismo musical num país como o nosso, no qual a própria cena musical é muito escassa, é o facto de estarmos a falar de grupos que são, na sua maioria, estrangeiros e aos quais se torna difícil aceder aos bastidores para poder lançar certo tipo de notícias e de informações acerca das bandas. Nós acabamos por saber disso através dos próprios sites onde os jornalistas vão ler.

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Confesso que não... Não acompanho muito...

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorde com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a *Blitz* e a *Loud*, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Bom, ele continua a existir. Temos o *Blitz* e temos jornalistas que escrevem para os outros jornais. *O Expresso*, *o Atual*, *o Ipsilon*. Por aí existe jornalismo musical. Mas penso que sim, que essa afirmação faz um certo sentido. Aliás, para as grandes publicações a música nunca foi assim muito importante, não é? Mas sim, quando se fala em publicações mesmo especializadas temos que reconhecer o carácter redutor. Mas isso deve-se ao facto de Portugal ter um mercado muito reduzido e, nessa circunstância, não existir capacidade para esse tipo de publicações sobreviverem. A grande frustração em Portugal será essa, porque não temos acesso, a não ser através desses meios, ao que se passa a nível global.

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

A pesquisa que desencadeia.

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

Um certo caráter mecânico. Sempre os mesmos sites.

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

O boom das fanzines nos anos 80 e a profissionalização na década seguinte.

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

António Sérgio, Ana Ferrão. Grandes profissionais com quem trabalhei.

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Não acompanho, porque continuo a ter as referências que tenho desde há muito tempo. Mas penso que obviamente são aspectos essenciais e naturais na evolução da cena musical. As publicações online são a versão digital das newsletters e das fanzines que antigamente eram publicadas em papel no formato A4 ou A5... Hoje existe essa facilidade de produzir revistas que são feitas e disponibilizadas em termos digitais.

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

É como em tudo: se não houver uma contrapartida financeira os projetos não resistem. Agora que falaste do António Sérgio lembrei-me também da *Rock Power* - que era uma aventura traduzida, na qual também participei. Provavelmente não saberás, mas era uma revista inglesa, feita em Inglaterra, e nós - eu, o António Sérgio, a Ana, mulher do Sérgio, o Gustavo Vidal e o Paulo Fernandes, e um outro amigo da Ana do qual agora não me recordo do nome - traduzíamos aquilo semanalmente, passávamos noites inteiras para conseguir resistir ao projeto. Na altura era lançada em Portugal, França, Alemanha, Inglaterra e Espanha. Ou seja, era a mesma revista, com os mesmos artigos, mas traduzida para a língua dos países onde era vendida. Esse projeto durou sensivelmente um ano e tínhamos uma coluna, da responsabilidade do Gustavo Vidal, relativamente a bandas nacionais e à cena musical portuguesa. Era a *Rock Power*...

Eu acho que no nosso país nunca irá existir um jornalismo musical consolidado porque somos um país minúsculo e sempre em crise em termos financeiros. Torna-se extremamente complicado eles existirem se não beneficiarem da carolice que pontifica alguns projetos - o Blitz, por exemplo, está associado a um grande grupo editorial; a *Loud* é uma publicação independente; e tu há pouco não referiste, e eu entretanto lembrei-me, da *Arte Sonora*, que é um projeto independente que se afirmou, e ainda bem, em várias vertentes, sendo que inicialmente tinha uma perspectiva mais...

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: Bernardo Brito e Cunha
Data
Local: Madalena (V.N Gaia)
Duração: 30 minutos
Hora de realização

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade: 70 anos
Sexo: Masculino
Profissão: Jornalista
Percorso Profissional: Disco Música e Moda
Escolaridade: Licenciatura
Residência : Lisboa

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Comecei no jornalismo musical por volta de 1965, na Disco, Música e Moda. Eu era leitor da revista e participei num concurso no qual ganhei como prémio o álbum *Revolver*, dos Beatles. E depois fui contactado para passar a escrever com mais assiduidade.

Como e quando nasceu o projeto?

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?

Fazia-se o que se podia... Mas lembro-me particularmente de uma altura em que, como editor - por volta do princípio dos anos setenta, antes do 25 de Abril -tive de ir até à gráfica e fui confrontado com uma situação que ainda não tinha experimentado

pessoalmente: os cortes da censura. Mas decidi ignorar as indicações que me eram dadas, não por uma questão de heroísmo mas por pura preguiça... Dado que não podia simplesmente suprimir as palavras, tinha de tirá-las e substituí-las por outras...

... isso dava-me muito trabalho e, por isso, decidi começar a não fazê-lo. Às tantas, em Março de 1974, se não estou em erro, aborreci-me com a administração da revista e demiti-me do lugar que ocupava. Um mês mais tarde, já depois do 25 de Abril, estava eu desempregado, feliz e contente, e sou convidado a regressar. Quando voltei, era nessa altura diretor o José Vaz Pereira, tinha à minha espera uma carta da PIDE-DGS com ordens para me apresentar nas suas instalações. Deitei essa carta ao lixo e hoje arrependo-me de não a ter guardado... Nesses termos era de facto complicado

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

Divulgação de música de vanguarda.

A única coisa que me orgulha no facto deter escrito em publicações musicais – não direi em ter sido jornalista musical, porque como lhe digo acho que isso não existe por cá -, é que tive a possibilidade de divulgar gente (e isso também me aconteceu porque trabalhei numa editora de música) que o merecia e que de outra maneira teria sido difícil, nomeadamente o Andy Newman e o Tom Waits, por exemplo.

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o boom dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

Posteriormente houve uma fase de melhoria, mas acho que nos últimos tempos as coisas voltaram a piorar. Não me lembro de nenhuma das editoras de discos que havia em Portugal ter alguma vez posto um anúncio na *Musicalíssima*. Elas limitavam-se a ceder alguns discos e nós tínhamos depois de ir à procura do resto... Para estarmos mais ou menos bem informados tínhamos uma assinatura do *Melody Maker* e do *New Musical Express*, e era com base neles que fazíamos algumas notícias

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual?

Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Concordo. E o jornalismo musical foi morrendo aos poucos. No fundo, a verdade é essa: ele sofria de fome e acabou por morrer de inanição. Não há outra forma de colocar a questão.

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspectos negativos do jornalismo musical português?

A definição do modelo de negócio. A *Música & Som* nunca andou muito para a frente. O Duarte Ramos tentou inverter um pouco o problema do equilíbrio económico e

esforçou-se bastante para que as editoras fizessem publicidade aos discos que lançavam, aos quais dávamos relevo do ponto de vista jornalístico. Foi com ele que começou a ter esse cariz...

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Nós agora temos um grande número de festivais no país mas não temos cobertura sobre eles. Quem não se deslocar a eles dificilmente consegue ter informação sobre o que lá se passa. Embora algumas rádios transmitam partes dos concertos, não é a mesma coisa...

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

Sabe que em Portugal nós não temos tradição de solidificação em coisa nenhuma. Eu não digo que fosse necessário que os jornalistas musicais soubessem música, mas seria fundamental que tivessem pelo menos bom gosto. E isto requer uma peneira mais fina, digamos assim, porque à semelhança de tudo o que acontece em Portugal, todas as pessoas escrevem, todas as pessoas colaboram, e embora tenham direito a fazê-lo, evidentemente, nem sempre são as pessoas certas para fazê-lo. E era necessário que houvesse já não digo uma formação mas pelo menos um crivo. Às vezes aceita-se as pessoas porque não há mais ninguém e isso eu não acho bem.

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Guiões das entrevistas Semi-Directivas: Jornalistas, críticos, radialistas e afins

Entrevistado(a)
Entrevistadora: Irene Leite
Entrevista: Octávio Fonseca
Data:
Local: Porto
Duração: 40 minutos
Hora de realização: 10h30

Elementos gerais de caracterização sociográfica
Idade:

Sexo: Masculino
Profissão: Radialista
Percorso Profissional: MC, Memória do Elefante, Rádio Nova
Escolaridade: Licenciatura
Residência: Porto

Notas

Explicar os motivos da realização da entrevista e os objetivos da mesma

A informação a recolher serve estritamente para o trabalho em desenvolvimento

Visa consolidar visões e recolher diferentes ideias e opiniões no sentido de poder contribuir para um conhecimento sustentado acerca da atualidade do campo musical Portugal, mas também da importância da música na estruturação das culturas urbanas e quotidianos dos diferentes atores em presença

Pedir toda a documentação e informação possível

0-Relação do entrevistado (a) com o jornal/revista/rádio/tv

Tudo começou com a *Memória do Elefante*. Foi por um concurso. Eles tinham um tema. Foi considerado o melhor artigo, o que escrevi na altura. Deram-me o disco e convidaram-me para ser colaborador da *Memória do Elefante*.

O convite para o *Mundo da Canção* vem a seguir. A certa altura o Tavares convidou alguns dos colaboradores da *Memória do Elefante*.

0.1-Ligação ao media. Razões e condicionantes

1. Origem, funcionamento e lógica

Quais os fundadores do projeto? Quais as razões da sua fundação?

Tudo começou com a *Memória do Elefante*.

Como e quando nasceu o projeto?

Quantas pessoas colaboram/colaboraram no projeto? De que forma colaboram/colaboraram?

Quais são os marcos fundamentais da publicação? Aspectos que a fizeram evoluir? Porquê?~

Eram sempre publicações contra o regime. Mas não tinham uma filiação ideológica muito específica. Por exemplo na comissão de censura diziam que a *Memória do Elefante* era bolchevique. Eu nem sabia o que era ser bolchevique. Os artigos eram muito censurados. Nós quando íamos buscar o material censurado, não tínhamos publicação para fazer.

Qual considera ser o papel da publicação no jornalismo musical? E no campo da música portuguesa?

Nós éramos muito exigentes, muito agressivos... Mas éramos muito radicais.

2-Tendências e estruturações do campo do jornalismo musical português

Considera que em pleno século XXI com o boom dos sites noticiosos há mais pluralismo, ou, pelo contrário há mais desinformação?

A música portuguesa era de uma pobreza confrangedora. Também cometeram-se muitos erros de avaliação porque metíamos tudo no mesmo saco. Não podíamos meter a Amália Rodrigues, o António Calvário e a Madalena Iglesias no mesmo saco. E nós metíamos. Porque não é a mesma coisa. Podemos chamar Nacional Cançonetismo...O problema está sempre em tentar

objetivar. Mas já não tenho as paranoias daquela altura em que eu achava que tinha bom gosto e outros mau gosto. Os gostos respeitam-se. Não há alternativa. Ha espaço para todos.

Acredita nas publicações digitais? Acompanha mais alguma em específico? Se sim, qual? Avelino Tavares, em entrevista ao *Som à Letra* referiu que o jornalismo musical é o parente pobre do jornalismo cultural. Concorda com essa afirmação?

Uma vez que só existe, em termos de imprensa musical portuguesa, a Blitz e a Loud, considera que podemos falar de jornalismo musical em Portugal?

Há o Público, o Expresso que também falam em música. Hoje a crítica musical está associada a etiquetas. Não é possível objetivar a qualidade. O problema está aí. Já o Lopes Graça tentou...Mas não adianta. Por exemplo, a primeira geração do rock português era de uma pobreza incrível nos anos 60. Aproveitam-se apenas alguns músicos que fizeram posteriormente trabalho relevante como o Paulo de Carvalho. Esqueçam que é possível objetivar a qualidade da arte. Não é. Nas primeiras vezes que ouvi música popular no “Em órbita”, chocou-me.

Quais são os aspetos positivos do jornalismo musical português?

Quais são os aspetos negativos do jornalismo musical português?

Ao longo das décadas, como avalia em termos de marcos históricos, o jornalismo musical português?

Quais são as personalidades mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

Quais são as publicações mais relevantes do jornalismo musical português? Porquê?

O recente dinamismo da música portuguesa teve uma influência no jornalismo musical português? De que forma? Porquê?

Quais as tendências futuras do jornalismo musical português? Em termos de segmentação de mercados? De estilos musicais? De formatos? De alcance geográfico? De conteúdos?

3. O caso específico do Mundo da Canção e da Scratch

Quais as principais diferenças? Porquê?

Como avalia a sua importância, porquê?

Como considera que deverá ser o futuro e os desenvolvimentos de ambas as publicações?

Análise do 1º ano do <i>Som à Letra</i> / Ano de 2010		Mês	Análise do 1º ano do <i>Mundo da Canção</i> / Ano de 1970	
Entrevista		Nº	Entrevista	
	Setembro			
	Outubro			
	Novembro			
	Dezembro	1		
		2	Nuno Filipe "a balada é a música que não me agrada"	
	Janeiro		Pop Five Music Incorporated Anti-entrevistado e entremetido	
		3	Filarmónica Fraude	
	Fevereiro		Vieira da Silva	
	Março	4	Rui Mingas	
			Manuel Freire	
Moh of God - "A única coesência que procuramos é guiada pelo nosso gosto e democracia dentro da banda"	Abril	5	Patxi Andion "a minha realidade é a das sombras"	
			José Barata Moura	
Malcontent: "é possível fazer boa música"; um grupo apaixonadamente sónico	Maio	6	Lee Lynch e Julie Rodgers	
			Deniz Cintra	
			Hugo Maia de Loureiro	
	Junho	7	António Bernardino	
			Wallace Collection	
	Julho	8	Rita Olivaes	
	Agosto	9		
The Mystery Artist: O mistério, o palco, as vivências	Setembro	10		
	Outubro	11		
	Novembro	12		
	Dezembro	13		

Ilustração 31- Análise do Ano I _SM e MC (entrevistas)

Análise do 1º ano do Som à Letra / Ano de 2010		Análise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970	
Crítica concerto	Mês	Nº	Crítica concerto
	Setembro		
	Outubro		
	Novembro		
	Dezembro	1	
	Janeiro	2	
	Fevereiro	3	
	Março	4	
	Abril	5	
	Maio	6	
	Junho	7	
	Julho	8	
	Agosto	9	
	Setembro	10	
Steve Hackett na Aula Magna (22/10/10)	Outubro	11	
Guitarras ao alto na Invicta (Joe Satriani)	Novembro	12	
Barclay James Harvest em concerto			
The Walkmen no coliseu de Lisboa			
Vampire weekend no campo pequeno (10/11/10)			
Tindersticks (27/10/10)			
30 seconds to mars no Pavilhão atlântico (16/12/10)	Dezembro	13	
Deftones @Campo Pequeno (01/12/10)			

Ilustração 32-Análise do Ano I SM e MC (críticas concertos)

Crónica	Mês	Crónica
	Setembro	
A história de um pop camaleónico (Madonna)	Outubro	
Living In a Box	Novembro	
	Dezembro	1
A Michael Hutchence (INXS)	Janeiro	2 Perfil: Manuel Freire
	Fevereiro	3 Rímangos em foco Perfil-George Brassens
Pica Tomilho	Março	4 Moody Blues
Miso Ensemble	Abril	5 Tempo Zip : Novo programa da rádio portuguesa Perfil: Carlos Portugal
Corsage: Pop Fresca com livros retro	Maior	6 Joan Baez
Veio a Maria Clementina: música fresquinha para o ouvido		
Espago rock em Portugal : um vendedor de tratores a rockar	Junho	7 Moody Blues
Ecletismo de Mike Patton	Julho	8 Tiro pela direita Up with People Ámália: Idolo das ruelas estreitinhas Da canção como objeto de consumo Simon and Garfunkel
PAUS: um grito de arranque: mudo e surdo		
SLIMMY		
Rock em Portugal: o agitador dos faiscas		
The indies: Os REM nos anos 80	Agosto	9 Festival da Canção da Figueira da Foz onde se aplaudiu o que era péssimo e se pateou o menos mau...
Slimmy		
De indies: o estado da musica nos anos 2000		
the Indies:a a 2ª vida do vinil		
Rock em Portugal: o dinheiro que cheirava a Fluor "ananga ranga"		
Thomas anahory		
David Bowie - em modo Rebel Rebel, no momento Clássic Rock	Setembro	10 Tiro pela direita O Rock (expressão de uma época) Blood Sweat Tears :os tais do "som metálico" Georges Moustaki A canção a meia voz O ye ye de Roberto e a música de Gil Caetano e Gal Creedence Clearwater Revival
Blondie no momento superpop		
Ian Curtis: O senhor que morreu jovem		
Control (filme) no momento chill out		
Angie by the Rolling Stones (momento classic rock)		
The Lightning Seeds no momento super pop		
The Indies : Vintage vs Anti Retro		
The Wall no momento classic rock		
Rock em Portugal: Duas toneladas de som em mesas de café		
The Indies: FGTH: O futuro mais que passado		

<p>Análise do 1º ano do Som á Letra / Ano de 2010</p> <p>Crónica</p>	Mês	<p>Análise do 1º ano do Mundo da Canção / Ano 1970</p> <p>Crónica</p>
<p>Rock em Portugal: Uma cena de pupillato antes do concerto</p> <p>The Indies : 1 de agosto de 1981 : Uma revolução chamada MTV</p> <p>Blood Red Shoes na Dança do Som</p> <p>Momento chill Out: Aulas na escola do rock n rol</p> <p>Momento Classic Rock: Under my thumb (Rolling Stones)</p> <p>Drive com Cars</p> <p>Retro Star: Um irreal a surrealizar com os Ban</p> <p>Dança do Som: Strokes</p> <p>Mil culturas, uma voz: Sa Dingding</p> <p>Momento Classic Rock ; Rock and rol by led zeppelin</p> <p>Antecipação: Psychedlic Furs em Portugal</p> <p>Come on Eileen: Dexys Midnighnt Runners</p> <p>Retro Star: Uma viagem de taxi até ao Cairo</p> <p>The Indies : Bandas de anúncios</p> <p>Franz Ferdinand na Dança do Som</p> <p>Momento Classic Rock : wish you were here by Pink Floyd</p> <p>Modo Pop: I just called to say I love you (Stevie Wonder)</p> <p>António Variações: eterno vanguardista</p> <p>John lennon : O homem , o músico, o mito</p> <p>O sedento senhor Bauhaus (Peter Murphy)</p> <p>Billy Joel no momento classic rock</p> <p>Fischer Z no momento super pop</p> <p>Rock em Portugal: O agente totó</p> <p>Antecipação: U2 em Coimbra</p> <p>The Indies: A música dos anos 80 hoje : interesse genuino ou aproveitamento comercial?</p>	Outubro	<p>11 Aplausos pela esquerda</p> <p>Tiro pela direita</p> <p>Deja vu ou uma música que se vai dessacralizando</p> <p>Paulo de Carvalho</p>
<p>Cream em modo Classic Rock</p> <p>Modo Pop: Human league com Don't you want me: baby</p> <p>Luso Vintage: de Budapeste sempre a rock n roller</p> <p>The Indies : Boy o 1º álbum dos U2</p> <p>Dança do Som: Homem Tigre; These boots are made for walking</p> <p>Movimento Alternativo Rock</p> <p>Modo Classic Rock : Don't stand so close to me by the police</p> <p>Modo Pop: Hurts</p> <p>Luso Vintage: Pop dell arte em cena</p> <p>Starman by David Bowie (momento classic rock)</p> <p>Bruce Springsteen: The Promise -o que surgiu em Darness on the edge of town</p> <p>Luso Vintage: Ornatos Voleta</p> <p>Momento super pop : Girls just wanna have fun (Cindy Lauper)</p> <p>The Indies : electropop vs electrorock</p> <p>Dança do Som: Blondie</p> <p>Momento super pop : Duran Duran</p> <p>Censurados: Todos ouviam, poucos compravam</p> <p>Dança do Som: The Raveonettes</p> <p>Inovauso: The Kaviar; Música de luxo ao alcance de todos</p> <p>Luso Vintage: Go Graal Blues Band</p> <p>Money by The Punk Floyd no momento classic rock</p> <p>De "cars" com Gary Numan</p>	Novembro	<p>12 Da canção portuguesa</p> <p>Algo sobre discos</p>

Análise do 1º ano do Som à Letra / Ano de 2010	Mês	Análise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970
Crónica		Crónica
The Indies : O Vinil e a descoberta da música	Dezembro	13 Até quando?? Pop em Portugal; Por José Cid Perfil: Melanie Prémios Pozal Domingues 1970 ou desacerto da escolha Creedence Clearwater Revival: no limiar possível da comercialidade
Luso Vintage: Jorge Palma		
Dança do Som: Chic		
Modo Classic Rock: No fun by the ioggy and stooges		
Modo pop: Altered Images		
Luso Vintage: José Cid ; Uma lenda viva		
The Indies : Música; pagar ou não pagar?		
Dança do Som: MGMT		
Modo Classic Rock: Janis Joplin		
Modo pop: Cindy Lauper		
Luso Vintage : Uma visita ao percurso dos Tantra		
Inovaluso com Deolinda : Música com dois selos e um carimbo		
Modo Classic Rock: Janis Joplin		
Inovaluso com Linda Martini; Linda Martini com "casa ocupada", o salto em "olhos de mongol"; Linda Martini e regresso às origens		
Broken Social Scene : de Toronto para o mundo		
The Indies : um arraial ,duas gerações , 3 bandas		
Video: sledghammer de Peter Gabriel		
Dança do Som: Grizzly bear		
Rock em Portugal: Histórias recambolescas da Go Graal Blues Band		
You Got Mail		
Dança do Som: "Echoes" de Maxons		

Ilustração 33- As crónicas do MC e SM Ano I

Análise do 1º ano do Som à Letra / Ano de 2010	Mês	Análise do 1º ano da Mundo da Canção / Ano 1970
Reportagem		Nº Reportagem
Áudio-woodstock	Setembro	
	Outubro	
	Novembro	
	Dezembro	1
	Janeiro	2
	Fevereiro	3 Convívio MC
Dia Nacional dos Centros Históricos	Março	4
Nervo: Mais uma banda a navegar no MAR;Um grupo com garra no Rock em Língua de Camões	Abril	5
Matilha : com Portugal na Voz, o grupo quer marcar território nos palcos		
Kapput um grupo no "caminho certo"	Maior	6 Convívio MC
Audio "Michael Jackson" morte há 1 ano	Junho	7
Rock Rendez Vous fechou há 20 anos	Julho	8
Live Aid o mundo uniu-se há 25 anos		
	Agosto	9
	Setembro	10
	Outubro	11
	Novembro	12
Janis Joplin	Dezembro	13

Ilustração 34- Reportagens MC e SM Ano I

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011	Mês	Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crítica álbum		Nº	Crítica álbum
	Janeiro	14	Água Viva: Intervenção e espetáculo José Afonso: Traz outro amigo também ou o cantar que brota da terra Carlos Alberto Moniz ou a prova sem ser provada
The King's dead (Decemberists) Crítica : Dias da Raiva	Fevereiro	15	José Barata Moura : de tentativa válida para a construção de uma canção infantil Canção da cidade nova banal para lá da expectativa
Jeff Buckley (Grace, 1991) Radiohead (Ok computer, 1997) Noiserv: a-day Álbum homónimo Them Crooked Vultures	Março	16	Semi-dito ou a outra face de Hugo Maia de Loureiro Mário Pizarra: Uma via válida para a construção de uma canção popular portuguesa Flor sem tempo: Flower to be free
	Abril	17	New Morning de Bob Dylan
	Maio	18	Teresa Paula Brito Emerson lake & Palmer
	Junho	19	Pink Floyd Peter Paul/Mary Filipa Vanden James Taylor
	Julho	20	The Rolling Stones (Sticky Fingers) Songs of Love and Hate (Leonard Cohen) Bob Dylan
	Agosto	21	Frank zappa: Romeiro da "Pop"
	Setembro	22	Jim Morrison : Uma revolta inacabada Carlos Portugal: Para a construção de uma canção urbana
Zola Jesus	Outubro	23	3 discos à procura de uma via para a música portuguesa
10 000 anos depois entre venus e marte (parte I e II) Achtung Baby (U2): Um álbum radicalmente diferente	Novembro	24	
New Values (Iggy Pop) Sheik yerbouti	Dezembro	Não foi editado revista, a próxima só chegaria a janeiro de 1972	

Ilustração 35-Críticas a álbuns Ano II SM e MC

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crítica concerto	Mês	Nº	Crítica concerto
	Janeiro	14	
	Fevereiro	15	
Devil in me no Berlin Bar (3/03/11) Noidz Trancmetal Tour 2011	Março	16	
	Abril	17	
	Maio	18	
	Junho	19	
	Julho	20	
James em Viseu, Feira de são mateus (20/08711)	Agosto	21	
	Setembro	22	
	Outubro	23	
	Novembro	24	
	Dezembro	Não foi editada a revista, a proxima só chegaria a janeiro de 1972	

Ilustração 36- Ano II SM e MC (crítica a concertos)

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crónica	Mês	#	Crónica
Luso Vintage: Da Wessel Inovalus: Puto Dança do Som: New Young Pony Club - Está aberta a pista! The Indies: O 1º álbum dos INOS Dança do Som: The Girls Modo Classic Rock: The Kinks Modo Pop: The Horrors Inovalus: Foge Foge Bandido Luso Vintage: Radar Kadafi Video do mês: Viva la Vida (Coldplay) Modo Classic Rock: ELO Patrick Watson: Diretamente do laboratório para o modo pop Destaque: Por vezes a música é a única forma de melhorar a vida, Janis Joplin Novinhos em Folha: Active child Luso Vintage: Turi Inovalus: Pebe: Avião The Indies: The Best of Smash its (the 80's) Rock em Portugal: Histórias na brownie Decemberists no Novinhos em Folha Mick Cam: O artista eclético Modo Classic Rock: Janis Joplin Modo Pop: Frank Ferdinand Baú Sonoro: U2 You Got Mail	Janeiro	14	D. Amália canta Zeca Afonso John Sebastian O meu ponto de vista pessoalíssimo VII grande prémio da canção A pobreza da abundância que: dessegurança, que: dessegurança Olhai senhores: Estatv de outras eras Perfil: Fernando Tordo
You Got Mail Inovalus: Virgem Seta Luso Vintage: Xutos & Pontapés Movimento: o novo supergrupo Video do mês: Travis (Sing) Dança do Som: INOS Modo Classic Rock: The Doctors Modo Pop: INOS Inovalus: Paulo Praça The Indies: Amor Fúria e Flor Caveira Casas do novo rock português com cestas Dança do Som: Yeah Yeah Yeahs Máquina do tempo: Banda sonora do filme: Convo Modo pop: Belle and Sebastian Destaque: PJ Harvey Luso Vintage: UNIF Dança do Som: Ting Tings Modo Classic Rock: led Zeppelin Modo Pop: Cara Mundo GLO: A obscuridade invade o Inovalus Luso Vintage: com Aqui d'El rock Rock em Portugal: Peripécias da gravação de um disco (FM) The Police no Baú Sonoro Novinhos em Folha com Twin Shadow The Indies: o renascimento do super rock Dança do Som: Best Coast Modo Classic Rock: The Who Modo Pop: The Cure Big Audio Dynamite no Baú Sonoro You Got Mail	Fevereiro	15	Prestes Astrólogo - Cançonetistas (1971) Jimi Hendrix: Para um anti epítáfio Evolução jazzística através dos mestres Climax: Chicago: abandona os "blues" e aproxima-se da música progressiva Populares Pia Quer rádio? Perfil: Teresa Paula Brito

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crónica	Mês	Nº	Crónica
<p>Modo pop: Moby</p> <p>Inovaluso: Pinto Ferreira</p> <p>Luso Vintage: Sitiados</p> <p>Dança do Som: Karen Elson</p> <p>Rock em Portugal Com o vocalista ausente os Jafumega não deixaram os seus créditos por mãos alheias</p> <p>Anaquim e a vida dos outros</p> <p>Modo Pop: James Blake</p> <p>Destaque: Radiohead</p> <p>Luso Vintage: Afonsinhos do Condado</p> <p>Video do mês: a-há</p> <p>The Indies : A vitória dos Homens da luta no festival RTP da canção</p> <p>Dança do Som: Moloko</p> <p>Modo Classic Rock: Led Zeppelin</p> <p>Modo Pop: Lykke Li</p> <p>Inovaluso: B Fachada</p> <p>Luso Vintage: Roquívários</p> <p>Dança do Som : Beirut; Uma viagem pelas sonoridades "folk"</p> <p>Modo Classic Rock: Gary moore</p> <p>Modo Pop: Le tigre</p> <p>Luso Vintage: Doutores e engenheiros</p> <p>Dança do Som: Hot Chip</p> <p>The Indies : The Killers ; grandes da nova geração</p> <p>Modo Classic Rock: The feelies</p> <p>Modo Pop: Patrick Wolf</p>	Março	16	<p>Canções em segunda mão</p> <p>Casos: o poeta na sua torre de marfim ; replica sem rancor a Maria Teresa Horta</p> <p>João Baez: Ser pacifista não é o mesmo que combater pacificamente pela paz</p> <p>Da música portuguesa discutem-se em assembleia os melhores e os piores do ano</p> <p>Música Nova: Entrega dos Prémios de Imprensa ou o aparecer de algumas "pérolas" a alguns "porcos"</p> <p>A situação musical em vila velha</p> <p>Perfil: Duarte Mendes</p>
<p>The Indies: O que está a dar é ver a banda a tocar</p> <p>Inovaluso: Sean riley and the slowriders</p> <p>Modo pop: Keane</p> <p>Luso Vintage: Madredeus</p> <p>REM no vídeo do mês</p> <p>Modo Pop: Broken Social Scene</p> <p>Destaque: The Smiths (queridos anos 80</p> <p>Luso Vintage: Trabalhadores do Comércio</p> <p>Inovaluso: Samuel Úria</p> <p>Dança do Som: The Big pink</p> <p>Modo Classic Rock: Elvis (a little less conversation)</p> <p>Inovaluso: Orelha Negra</p> <p>Luso Vintage: Micro Audio Waves</p> <p>Dança do Som: The Bravery</p> <p>Portishead em modo trip hop (Viagem á profundidade da alma)</p> <p>Inovaluso: x wife</p> <p>You got mail</p> <p>The Indies: The Human League: 1 ano, 4 concertos</p>	Abril	17	<p>Casos</p> <p>Tiro pela direita</p> <p>Chamada pela esquerda</p> <p>Quem a conhece? Cerebrum</p> <p>A tua atenção para</p> <p>Da urgência de Boris Vian</p> <p>Mitos-Mistificações –Mitologias</p> <p>Oh fado que já não és</p> <p>Perfil : Paulo de Carvalho</p>
<p>Modo Pop: Adele</p> <p>Inovaluso: Tiago Guittul</p> <p>Luso Vintage: Peste e Sida</p> <p>The Indies: Num filme: sempre electropop-the human league</p> <p>Modo Pop: Suede</p> <p>Modo Classic Rock: Beatles</p> <p>Dança do Som: Two Door Cinema Club</p> <p>The Indies: Paul Young em 15 minutos de fama</p> <p>Video do mês: Clash</p> <p>Modo Classic Rock: The Kinks</p> <p>Modo Pop: Blondie</p> <p>Luso Vintage: Sétima Legião</p> <p>Modo Pop : The Divine Comedy</p> <p>Inovaluso: Homens da Luta a luta faz-se cantando!</p> <p>Dança do Som: metronomy</p> <p>Modo Classic Rock: Cream</p> <p>Luso Vintage: Pedro e os Apóstolos</p> <p>Rock em Portugal : Zé Leonel (1960-2011)</p> <p>You Got Mail</p>	Maio	18	<p>Vamos brindar aos festivais ?</p> <p>Mini festival tv em Almada da balada a Duarte Mendes</p> <p>Aplausos pela esquerda</p> <p>Pedradas...Pedradas</p> <p>Poesia e música de jazz</p> <p>Folhetim MC</p>

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Mês	Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crónica			Nº	Crónica
<p>Modo Classic Rock: Roy Orbison</p> <p>The Indies Da Vinci, dos Eurythmics portugueses à "conquista" da Eurovisão</p> <p>Video do mês: Soundgarden</p> <p>Destaque do mês: Ramones</p> <p>Inovaluso: Cosie Cherie</p> <p>The Indies: Mais popular, menos santo, sempre António</p> <p>Dança do Som : Death from above 1979</p> <p>Luso Vintage: Jorge Palma</p> <p>Dança do Som: Northern Labour Party</p> <p>The Indies : 1 de agosto de 1981: uma revolução chamada MTV</p> <p>Modo Pop: The Naked and Famous</p> <p>Dança do Som: Rock and Roll High School</p> <p>Modo Classic Rock: Deep Purple</p> <p>Modo Classic Rock: The Troggs</p> <p>Modo Pop: Anna Calvi</p> <p>The Indies: António Variações (parte II)</p> <p>You Got Mail</p> <p>Rock em Portugal: Arte & ofício na Guarda em 1978</p>		Junho	19	<p>Tiros pela direita</p> <p>Fernando Unsain</p> <p>Luís Romão: O Pirismo ou o Neo-Nacional Cançonetismo</p> <p>Casos</p> <p>Aplausos pela esquerda</p> <p>Steppenwolf</p> <p>Jethro Tull</p> <p>Perfil: Elton John</p>
<p>You Got Mail</p> <p>The Indies : 17º Super Rock Super Rock- algumas considerações</p> <p>Video do mes: The Doors</p> <p>Máquina do Tempo: The Doors</p> <p>Máquina do Tempo: Filme a hard days Night (Rato Cinéfilo)</p> <p>Modo Pop: The Cure</p> <p>Inovaluso: Márcia</p> <p>Luso Vintage: Filarmónica Fraude</p> <p>The Indies Optimus Alive 1.1 (6 julho)- algumas notas</p> <p>Clarence "big man" demons -o saxofone mítico</p> <p>Documentario: when you are strange a film about the doors</p> <p>Dança do Som: Florence and the Machine</p> <p>Modo Rock: Queen</p> <p>Modo pop: Primal scream</p> <p>Rock em Portugal: Música & Som</p> <p>Inovaluso: Coldfinger</p> <p>The Indies : Pet Shop Boys & A-ha- frente a frente nos anos 80</p> <p>You got Mail</p>		Julho	20	<p>Dos Chavões à análise</p> <p>Postos minhocas ao "tempo zip"</p> <p>A propósito do Satchmo</p> <p>Perfil- Rolling Stones</p>
<p>Destaque: Amy Winehouse; mais um adeus precoce</p> <p>Video do mês: Pulp</p> <p>The Indies Heróis do Mar: Dos fracassos não reza a história</p> <p>Modo Classic Rock: The shadows</p> <p>Modo Pop: washed out</p> <p>Inovaluso: Filho da mãe</p> <p>Luso Vintage: Rui Veloso</p> <p>Rock em Portugal: Tantra na Guarda , 1980</p>		Agosto	21	<p>Perfil : Pink Floyd</p> <p>Tiro pela direita</p> <p>Aplausos pela esquerda</p>
<p>Dança do Som: Blood Red Shoes</p> <p>Destaque: Pearl Jam (20 anos)</p> <p>Video do mês: Pearl Jam</p> <p>Espaço the indies Sobre a musika indie</p> <p>Shou out louds em notas soltas</p> <p>Luso Vintage: zen</p> <p>Dança do Som: Cut Copy</p> <p>Modo Classic Rock: Blues Brothers</p> <p>Modo pop: Bjork</p> <p>Inovaluso: We Trust</p> <p>The indies : Momentos quase esquecidos_ Adam Ant no live aid de 1985</p> <p>Dança do Som: The Raveonettes</p>		Setembro	22	<p>Judy Collins</p> <p>I Festival dos 2 mundos</p> <p>Casos</p> <p>Do jazz</p> <p>Aplausos pela esquerda</p> <p>Perfil (Leonard Cohen)</p>

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Crónica	Mês	Nº	Crónica
Luso Vintage: GNR The Indies : O vinil e a descoberta da música Destaque: The Mission em Portugal The Indies : Personalidades da música indie (Tony Wilson) Rock em Portugal Recordando...entes queridos You Got Mail	Outubro	23	1º Festival Internacional de jazz de Cascais ; Enfim jazz vivo em Portugal Notas sobre jazz Aqui d'el rádio The Beatles Perfil (Neil Young)
You Got Mail Modo Pop: Hurts Dança do Som : Girls Modo Classic Rock: Manfred Mann The Indies : O Verão eterno dos capitães d'areia Notas soltas: Patrick Wolfe ...companhia? Destaque: Nirvana 20 anos de Nevermind e mito para o grunge You Got Mail	Novembro	24	1º Festival Internacional de jazz Misérias e grandezas Nem só de coroas vive el rei Paco A nova canção portuguesa o início: José Afonso Aqui d'el rádio Chicago
The Indies The Vaccines -Brixton Academy , Londres (8/12/2011) The Indies Girls no Lux (Lisboa) -29/11/2011 Destaque: Smashing Pumpkins Modo Rock: Stone Roses Luso Vintage: Osmos Violeta Sabia que: Pete Doherty nos estúdios do Porto (2009) The Indies : Radar 20 anos "a música que marcou uma geração: 20 anos depois	Dezembro		Não foi editada a revista, a próxima só chegaria a Janeiro de 1972

Ilustração 37- Crónicas Ano II SM e MC

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Reportagem	Mês	Nº	Reportagem
	Janeiro	14	
	Fevereiro	15	
	Março	16	
Woodstock: 3 dias de paz , música e amor(Rato Cinéfilo)	Abril	17	
	Maio	18	
	Junho	19	
	Julho	20	
Noites Ritual 2011(4 partes) Paredes de Coura 2011 (4 partes)	Agosto	21	Vilar de Mouros: a constatação de uma incultura musical
	Setembro	22	
	Outubro	23	
Reportagem fotográfica: (Por aí)	Novembro	24	Can Can
	Dezembro		Não foi editada a revista, a próxima só chegaria a Janeiro de 1972

Ilustração 38-Reportagens Ano II

Análise do 2º ano do Som à Letra / Ano de 2011		Análise do 2º ano da Munda da Canção / Ano 1971	
Entrevista	Mês	Nº	Entrevista
	Janeiro	14	
	Fevereiro	15	José Carlos Ary dos Santos
	Março	16	
5 à letra : José Araújo	Abril	17	Carlos Cruz José Feliciano
5 à Letra : Luis Pinheiro de Almeida 5 à Letra: Hnerique Amaro	Maio	18	José Jorge Letria Aguaviva
	Junho	19	
	Julho	20	Nuno Gomes dos Santos
	Agosto	21	Manfred Man José Cid
We trust : Melancolia intimista camuflada por melodias pop de várias cores	Setembro	22	
Karla (Stereochemistry)	Outubro	23	
Nuno gama Lissabon: Amor a letra Peter Hook Elektra Zagreb	Novembro	24	
Mário Dorminsky Andy rourke Kevin kummins	Dezembro		Não foi editada a revista, a proxima só chegaria a janeiro de 1972

Ilustração 39- Entrevistas Ano II SM e MC

Candidatura ao prémio de Industrias Criativas (2011)

Som à Letra

SOMÀLETRA

Ciberjornal

Trata-se de um *media* digital com especial destaque para a música rock (mas com casa no punk, variantes da pop, blues, jazz, country), caracterizado por rúbricas diárias. Está atento às mais recentes novidades do panorama musical, cá dentro e lá fora. Sai à rua para montar sets. Divulga concertos. Apoia bandas. Está atento ao presente. Visita o passado... Sempre com muito som e letra à mistura. Para “ouvir” e participar. <http://vimeo.com/34000209>.

Diariamente são editados os conteúdos da equipa em <http://www.somaletra.com/>, para além de se tratar da divulgação do projecto junto das promotoras de eventos, e iniciar todo um conjunto de parcerias estratégicas com projectos semelhantes, como a webrádio Viva 80, ou a Engenharia Rádio. Trata-se da presença do *media* nas redes sociais e inicia-se diariamente o processo de interações com os leitores.

A equipa, <http://www.somaletra.com/equipa-2/>, que colabora em regime de voluntariado é proveniente de áreas diversificadas: sociologia, relações internacionais, cinema, jornalismo e audiovisual. Cada um complementa-se entre si numa escrita que se pretende viva para um jornalismo musical de qualidade.

O projecto em si refere-se a uma tentativa de resolução de um dos grandes enigmas para o ciberjornalismo: a definição de um modelo de negócio para esta área.

Atualmente assistimos ao nascimento de um conjunto de novas publicações online, que se encontram paralisadas financeiramente, pois reina a indefinição de um modelo de negócio sustentável. Por isso, avançar ainda mais com este ciberjornal e apostar na angariação de mecenato e publicidade seria uma forma inicial de angariar vantagem competitiva. O colega Diogo Machado, criou toda a identidade gráfica e digital do Som à Letra, desenvolveu o site oficial em wordpress (sendo algo para continuar a trabalhar ao longo do tempo) e ainda, juntamente com Cristiano Gonçalves, criou o vídeo de apresentação do projecto.

O Som à Letra diferencia-se de projectos semelhantes como a Rua de Baixo, ou a Punch Magazine, na medida em que apresenta uma sólida política de vintage e de vanguardismo, pretendendo também especializar-se nos seus serviços externos, angariando cada vez mais qualidade ao seu trabalho. O leitor é o protagonista num *media* que está disposto a sair do escritório para proporcionar boa música. Já acedeu a um ciberjornal que informa, ensina, e entretém ao mesmo tempo? Pois ele existe. Chama-se Som à Letra, um *media* sempre atento ao leitor, o protagonista.

O mercado é diversificado. Numa primeira fase a aposta terá de ser local, com workshops em faculdades e publicidade em lojas de discos da área do Porto. Com o tempo é que se pretende alargar para publicidades com escala nacional. Como trata-se de uma forma inovadora de comercializar um *media* online, pode trazer barreiras à sua implementação.

Próximos passos:

- Investimento em publicidade online
- Desenvolvimento de um jornal impresso (testar um primeiro modelo)
- Aquisição de equipamento (dj, computador e software essencial)
- Integração de um pólo de indústrias criativas
- Desenvolvimento de uma aplicação para smartphones

O Som à Letra em termos de serviços pretende organizar conferências, workshops, dj sets e venda de edição impressa.

O Som à Letra insere-se no mercado dos media online, um território ainda novo, onde a publicidade e o patrocínio constituem a actual forma de subsistência.

Em termos de estratégia de marketing e comunicação estão a ser ponderadas novas parcerias estratégicas em termos de conteúdos com projectos de qualidade e sólidos como o canal 180, o P3, ou a Vodafone Fm. Preparar panfletos , numa primeira fase a nível local, por vários espaços culturais do Porto, como o espaço Maria Vai com as Outras , loja Louie Louie , Plano B , bem como pelas faculdades da UP , é outro dos planos a ter em conta.

Devido ao facto do projeto ter conquistado um considerável número de leitores brasileiros, também estão a ser ponderadas parcerias estratégicas com projectos semelhantes, como o blogue Radar do Rock ou a revista digital Obvious. Num cenário futuro até poderia ser partilhada publicidade online, alargando as negociações nesse sentido.

Neste momento os colaboradores trabalham em regime de voluntariado, mas existe a ambição futura de proceder ao pagamento por peça, mais concretamente a 15 trabalhadores = 20 euros por peça+45 euros por destaque do mês+ 15 euros por saídas em reportagem+ 10 euros por críticas + 20 euros de crónicas, o que origina um gasto de 8100 euros em três anos (3540 euros no primeiro ano).

Já estão estabelecidas receitas para os Serviços que o Som à Letra irá prestar num futuro próximo:

- 500 euros mensais com workshops
- 90 euros mensais com sets
- 70 euros mensais por publicidade online
- 200 euros trimestrais por conferências
- 100 euros mensais de publicidade online internacional

O investimento no projecto terá como base capitais próprios do empreendedor e programas como o Qren, e o Compete.

Claro que ainda existem muitas arestas por limar. E com trabalho estamos dispostos a seguir em frente.

Forças:

- Um novo conceito de ciberjornal
- Política de vintage e vanguardismo
- Em permanente actualização
- Um *media* que sai das letras para a rua, procurando captar constantemente novo público

Fraquezas:

- Começam a nascer publicações musicais online, iniciando involuntariamente uma disputa de público
- Como se trata de uma forma inovadora de obter rendimentos em território online, pode colocar barreiras à sua implementação

Ameaças externas:

- Publicações musicais semelhantes

Oportunidades:

- Organização de um mini festival/publicação impressa para nicho
- O território online ainda é novo e repleto de potencialidades

Objectivos:

- Conseguir um sólido projeto de jornalismo musical
- Conseguir organizar anualmente um festival de bandas (pequena escala)
- Conseguir uma revista/jornal impressos

Valores:

- Qualidade
- Excelência
- Espírito de equipa
- Inovação
- Saber fazer
- Satisfação da audiência
- Integridade
- Confiança

Atas das reuniões da equipa do Som à Letra**Janeiro****Reunião nº 1****26 de Janeiro de 2013****Membros Presentes:****Irene Leite****Ana Luísa Silva****Júlia Rocha****Tiago Magalhães****Pedro Correia****Lino Galveias****Sónia Baptista****Otilia Alves****Alexandra Novo**

Resumo:

Aquando da reunião de dia 26 de Janeiro de 2013 foi unânime entre os membros presentes que o projeto encontra-se numa boa direção. Há contudo, aspetos a melhorar no design, já que sofremos alterações na política editorial, apresentando responsabilidade social: o Som Cívico. Estabelecemos uma parceria de conteúdos com Alexandra Novo, da Rádio Manobras, através do programa Hábitos Sonoros. Serão assim reforçadas as entrevistas a bandas, um fator que nos pode diferenciar das restantes publicações.

O Som Cívico é uma vertente do Som à Letra que se dedica a ajudar instituições com necessidades específicas. Neste momento o primeiro enfoque são as crianças. Basicamente é visitar o estabelecimento, ver as necessidades e posteriormente organizar um evento para angariação de fundos. Segue-se, posteriormente um artigo no Som à Letra.

Foi igualmente destacada a importância de investir em passatempos, ganhando cada vez mais afinidade com os leitores. Foram ainda ponderadas parcerias com a Conception ou lovers and lollypops o, cinefeup e ainda entrar em contacto com Mário Augusto ou António Costa (Medeia Filmes).

Os pontos discutidos

- **Realização de um inquérito para verificar a satisfação dos leitores**
Só deverá ser feito entre Abril e Maio, de forma a dar tempo aos leitores de se aperceberem das mudanças no projeto. Na altura mostro-vos o que está preparado e juntos decidimos se acrescentamos ou não mais categorias.

- **Pesquisa de bandas tugas**
Aqui estamos amparados, pois temos uma parceria com o espaço Bandcom, que mensalmente divulga novos talentos tugas. E agora o programa de Alexandra Novo, também reforça ainda mais nesse aspecto. De qualquer das formas, chegam à nossa caixa de entrada bandas de qualidade, sendo importante fazer entrevistas. Anyone? Eu vou divulgando...☺ Também convém estar atento às compilações da Optimus Discos.

- **Pesquisa de bandas internacionais**
Existe um vasto conjunto de novos talentos estrangeiros a emergir. Era interessante obter as vossas sugestões para artigos nesse âmbito.

- **Crítica a álbuns (Vintage e Vanguardismo)**
Esta é uma das áreas mais frágeis do ciberjornal: crítica a álbuns recentes e antigos. Quem estiver à vontade para fazer críticas, contacte;)

- **Pesquisa de casas de solidariedade**
Não sei se há mais alguém interessado no Som Cívico. Se sim, é só responder ao mail.

- **Patrocínios/Festa de aniversário**
A importância de conseguir algum rendimento com o Som À Letra e de organizar uma festa de aniversário para o Som à Letra. Falado por alto, serão o temas centrais da próxima reunião.

- **Design do Site**

Precisam de ser dados uns toques. O colega Diogo Machado já está a tratar da situação.

- **Jornalistas**

É importante que os jornalistas comecem a dar sugestões de artigos. Para não ser sempre eu a organizar uma agenda base. Falamos até da importância de recuperar a Máquina do Tempo, com filmes, series que marcaram uma geração. O que acham?

- **A Som FM**

Só nasce a 18 de Setembro de 2015, mas é bom saber quem eventualmente possa estar interessado. Se sim, por favor responda a este mail

- **Jornal impresso**

Ficou fora de questão nesta fase

- **Redes sociais**

Eu vou colocar o máximo de colaboradores como administradores da página do Som à Letra e Som Fm (quem decidiu aderir ao projecto). A ideia é cada um, sempre de acordo com a sua disponibilidade, ir postando um vídeo, identificando-se, dando assim a verdadeira ideia de união de equipa.

Há outros dois aspetos: o vídeo da semana e o posto sonoro (sete sugestões musicais para o mp4) passarão a ser rotativos. Cada um prepara o seu mini set ;)

Um desafio: o dia dos namorados celebra-se a 14 de Fevereiro , que tal cada um de vocês mencionar 1, 2 musicas mais calmas e envolventes?;) Fico à espera.

Reunião: 11 de Maio de 2013

Membros presentes:

Lino Galveias
Pedro Correia
Otília Alves
Filipe Magalhães
Irene Leite

Pontos discutidos:

- **Festa 21 de Setembro**

Será discutida em Junho, estando a ser ponderados locais como Maus Hábitos ou Plano B

- **Cobertura de eventos**

Este ano temos conseguido , e de forma relativamente fácil, credenciais. Por falta de tempo ainda não desenvolvi a fundo esta vertente, mas estamos no caminho certo. **As vossas** sugestões são muito bem-vindas neste campo, caso tenham interesse em cobrir algum evento.

- **Reforço de entrevistas**

Estamos abertos às vossas sugestões para entrevistas

- **Criar uma rubrica de efemérides culturais mensal**

Quem gostar de colaborar nesta rubrica, é só responder ao mail!;)

- **Design da Som TV (rascunho)**

Incluindo o vídeo da semana, a banda semana, vídeo do mês, reportagens do som cívico, videoarte, agenda e links para Som Tv e Som Fm

- **A associação Inclusom**

Será criada até ao final do ano, estando previstos a realização de workshops, festas temáticas em parcerias com outras instituições

- **Os estatutos da associação Inclusom**

Já estão praticamente definidos (já foram enviados anteriormente), mas serão simplificados e posteriormente enviados para vossa apresentação

- **Os membros da associação Inclusom**

Lino Galveias, Otilia Alves e Pedro Correia terão papéis cruciais na associação. Mas ainda falta definir mais elementos. Numa próxima reunião este ponto volta a ser discutido e todos os membros da equipa do Som à Letra serão contactados individualmente.

- **As instituições a estabelecer parcerias**

- **O Objectivo final com a Associação**

Ter um espaço que receba concertos, workshops, debates e palestras

- **A candidatura ao Banco de Inovação Social**

É um programa que apoia quem queira iniciar uma instituição de carácter social. Não perdemos nada em tentar. Segue em anexo o documento e mais uma vez o vosso feedback é fundamental.

- **Divulgação em *media***

Será iniciado após a aprovação da nossa candidatura ao crowdfunding. Se não conseguirmos aceitação em Junho partimos independentemente para a divulgação. Pensamos em programas como o Portugal em Direto ou Sociedade Civil.

Ata de dia 07/12/13

Membros presentes:

Otilia Alves

Lino Galveias

Tiago Magalhães

Vitor Costa

Irene Leite

Tópicos discutidos:

1-Explicação da Inclusom (Espaço de Intervenção Cultural e Cívico):

Missão: Informar, ensinar, entreter e ajudar
Porque a música faz toda a diferença!

Objetivo

Inclusão social dos **idosos** através de eventos e sessões de musicoterapia e workshops que promovam a **inclusão digital**

Público-alvo: Idosos

Instrumentos de ação:

3- Um **media** ao serviço da **comunidade: Som à Letra** com as suas vertentes,

d) **Som Fm:** com programas abertos à comunidade: *conta-me histórias*; aventuras de um jovem na década de 60/70

e) **Som Tv** : Adaptação da rubrica *conta-me histórias*, reportagens do som cívico, som ao vivo

f) **Som Cívico:** Visitas a teatros/concertos com idosos e crianças desfavorecidas/reportagens no seio da comunidade

4- Workshops:

e) Como trabalhar no office

f) Como aceder ao portal das finanças

g) A internet e a web 2.0

3-Festas de garagem

4- Som Fest (Concurso de bandas nacionais)

Âmbito de ação: Lares de idosos e centros de dia

Eventuais apoios:

Câmara municipal do Porto

Câmara municipal de Gaia

Gulbenkian

IPJ

G.A.S Porto

Fundação Porto Social

Porto Vivo

Gaianima

O que falta:

Business Plan, com plano provisional de contas (até 15 de Fevereiro de 2014)

Logótipos do Som Cívico, Som Fm, Som Tv (tentar até 15 de Fevereiro de 2014)

A partir de 15 de Fevereiro de 2014:

Começar a marcar reuniões para apresentação do projeto e tentar angariar patrocinadores

2-Enquadrar a ação de dia 21 (o Som à Letra sai à rua) num dos mercados que se realizam semanalmente na invicta : Cedofeita Viva, Mercado Porto Belo...

3-Investir numa rubrica dedicada ao cinema mais vintage (Máquina do Tempo)

4-Investir cada vez mais em reportagens e entrevistas

5-Entrar em contato com:

Serralves

Teatro Nacional São João

Teatro Sá da Bandeira

Rivoli

Centro Português de Fotografia

6-Procurar escritórios para arrendar

7-Criar um conjunto de emails para toda a equipa do Som à Letra

8-Definição da estrutura da Som Fm (quem quiser participar é só responder ao mail)

9-Tentar passatempos no Som à Letra



Lista facebookiana
Discos pedidos (nome PROVISÓRIO)
A estrear na próxima semana na casa facebookiana do
Som à letra

Pedro Pimentel:

Blur - The Universal
Iggy Pop – Isolation
Lords of New Church - Dance With Me
Shambeko! Say Wah! - Remember
Teadrop Explodes – Treason
David Bowie-Thursday Child
Something Corporate - Konstantine
Switchfoot- 24.

Ana Gonçalves

Peter Murphy

Edgar Moreira:

Brian Jonestown Massacre- Oh Lord!

Mó Machado

The Cars

Ac Ozzy

Matilha-Fica Mais Um Pouco
PAUS-Mudo e Surdo
Linda Martini-Belarmino
If Lucy Fell-Circus Parade
Riding Panico -E se a bela fosse o monstro

Hugo Filipe Lopes

Prince– Sexy MF
PesteSida- Chuta Cavalo
Beastie Boys-Watcha want

Eduarda Allen

Heróis do Mar

3. Índice Remissivo